

**KEWENANGAN UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM  
MELAKUKAN PENGAWASAN PRODUK *REPACK* SUSU BUBUK DI *E-  
COMMERCE* PERSPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN  
(STUDI UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG)**

**SKRIPSI**

**oleh:**

**FIKRY FADLILAH NUR ISLAM**

**NIM. 220202110059**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2025/2026**

**KEWENANGAN UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM  
MELAKUKAN PENGAWASAN PRODUK *REPACK* SUSU BUBUK  
DI *E-COMMERCE* PERSPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN  
(STUDI UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG)**

**SKRIPSI**

**oleh:**

**FIKRY FADLILAH NUR ISLAM**

**NIM. 220202110059**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2025/2026**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Demi allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Pengawasan Produk Repack Susu Bubuk di E-Commerce Perspektif Perlindungan Konsumen (Studi UPT Perlindungan Konsumen Malang)**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan, jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian, maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat gelar sarjana dinyatakan butal demi hukum

Malang, 11 Februari 2026

Penulis,



Fikry Fadhilah Nur Islam  
220202110059

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Fikry Fadlilah Nur Islam, NIM: 220202110059 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

**Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Pengawasan Produk Repack Susu Bubuk di E-Commerce Perspektif Perlindungan Konsumen (Studi UPT Perlindungan Konsumen Malang)**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

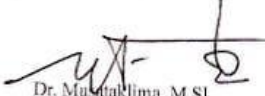
Malang, 12 Februari 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi  
Hukum Ekonomi Syariah

Dosen Pembimbing

  
Dwi Fidayatul Firdaus, S.HI., M.SI.  
NIP 198212252015031002


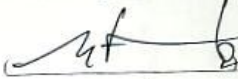

  
Dr. Mukatlimah, M.SI.  
NIP 198304202023211012

#### HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi Fikry Fadlilah Nur Islam NIM 220202110059 mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan Judul:

**Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Pengawasan Produk Repack Susu Bubuk di E-Commerce Perspektif Perlindungan Konsumen (Studi UPT Perlindungan Konsumen Malang)**  
Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada tanggal 06 Maret 2026

Dengan penguji :

- |  |  |
|--|--|
| 1. Dwi Fidayanti, S.HI.,MH<br>NIP199103132019031036        | <br>Ketua           |
| 2. Dr. Musataklima, S.HI M.SI.<br>NIP198304202023211012    | <br>Sekretaris     |
| 3. Dr. Su'ud Fuadi, S.HI.,M.EI.,<br>NIP 198308042023211019 | <br>Penguji Utama |

Malang, 06 Maret 2026  
Dekan Fakultas Syariah



Umi Sumbulah, M.Ag.  
197108261998032002

### BUKTI KONSULTASI

Nama : Fikry Fadlilah Nur Islam  
 NIM : 220202110059  
 Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
 Dosen Pembimbing : Dr. Musataklima, M.SI.  
 Judul Skripsi : Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Pengawasan Produk Repack Susu Bubuk di E-Commerce Perspektif Perlindungan Konsumen (Studi UPT Perlindungan Konsumen Malang)

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	7 Oktober 2025	Konsultasi Bab 1-3	
2.	9 Oktober 2025	Revisi Latar Belakang	
3.	16 Oktober 2025	Revisi Teori	
4.	27 Oktober 2025	Revisi Metode Penelitian	
5.	4 November 2025	Acc Seminar Proposal	
6.	4 Desember 2025	Konsultasi Hasil Seminar Proposal	
7.	22 Desember 2025	Konsultasi Bab IV-V	
8.	14 Januari 2026	Revisi Bab IV-V	
9.	3 Februari 2026	Konsultasi Skripsi Lengkap	
10.	6 Februari 2026	Acc Naskah Skripsi	

Malang, 12 Februari 2026  
 Mengetahui,  
 Ketua Program Studi



Dwi Hidayatul Firdaus, S.HI., M.SI  
 NIP 198212252015031002

**MOTTO**

“Aku berjalan pelan, membawa luka, dan tetap sampai.”

وَأَفْوِضْ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ

*"Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah. Sungguh, Allah Maha  
Melihat akan hamba-hamba-Nya."*

*(Q.S. Ghafir:4)*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil'alam, yang telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan skripsi yang berjudul: “Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Pengawasan Produk *Repack* Susu Bubuk di *E-Commerce* Perspektif Perlindungan Konsumen (Studi UPT Perlindungan Konsumen Malang)” dapat kami selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kita haturkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan uswatun hasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syar'i. Dengan mengikuti beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir kiamat. Amin.

Dengan segala pengajaran, bimbingan/ pengarahan, serta bantuan layanan yang telah diberikan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada taranya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si, CAHRM., CRMP., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Umi Sumbulah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dwi Hidayatul Firdaus, M.Si, selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Prof. Dr. Khoirul Hidayah, SH., M.H. selaku Dosen Wali selama menempuh studi di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri

Maulana Malik Ibrahim Malang. Ucapan viii terima kasih disampaikan atas perhatian, bimbingan, serta motivasi yang senantiasa beliau berikan dengan penuh kesabaran selama proses perkuliahan. Dukungan dan nasihat beliau menjadi salah satu dorongan berharga bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan hingga tahap akhir ini.

5. Dr. Musataklima, M.SI selaku Dosen Pembimbing, atas kesediaan beliau meluangkan waktu di tengah kesibukan untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan yang penuh ketelitian dan kesabaran. Dukungan dan motivasi yang beliau berikan menjadi dorongan berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
6. Segenap dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan pembelajaran kepada kami semua. Dengan niat yang Ikhlas, semoga amal mereka semua menjadi bagian dari ibadah untuk mendapatkan ridha Allah SWT.
7. Staff Fakultas Syariah Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis sampaikan terima kasih atas segala partisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Dhiska Kurniawan, selaku staff UPT Perlindungan Konsumen Malang terima kasih telah bersedia menerima dan menjadi narasumber dan bagian dari penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orang tua saya, Ayah dan Ibu, terima kasih atas doa dan perhatian yang selalu menyertai langkah saya. Dalam proses ini, tidak

jarang tekanan dan tuntutan membuat saya merasa lelah hingga terpuruk, namun saya memilih percaya semuanya lahir dari harapan agar saya segera sampai pada tujuan. Semoga karya ini menjadi akhir dari proses yang berat, sekaligus awal dari saling memahami ke depannya.

10. Kakak Perempuan Kandung saya dan kakak ipar perempuan saya, terima kasih telah menjadi tempat berbagi keluh kesah di tengah tekanan dan lelahnya proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran, waktu, dan kesediaan kalian untuk mendengar tanpa menghakimi menjadi penopang yang sering kali lebih menenangkan daripada solusi apa pun. Dukungan kecil namun konsisten itu membantu saya bertahan dan perlahan bangkit saat merasa tertekan.
11. Kepada NIM 220202110185, terima kasih telah dengan sabar mendengarkan setiap keluh kesah, memberi dukungan, dan hiburan di saat saya berada pada titik terendah selama masa perantauan di Malang, khususnya dalam proses saya hingga akhir pada saat penulisan skripsi.
12. Kepada anggota grup Para Pencari Tuhan dan Grup Beban Keluarga, terimakasih telah menjadi saudara yang memberikan hiburan dan pertolongan selama di perantauan Malang.
13. Kepada teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala support yang telah diberikan kepada penulis.
14. Terakhir, Kepada diri sendiri, terima kasih telah bertahan melewati perjalanan panjang yang penuh air mata dan kelelahan hingga

akhirnya sampai di titik ini. Meski pernah berada di masa yang sangat sulit, kamu memilih untuk tetap melangkah dan menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Dengan terselesaikannya laporan skripsi ini, harapannya ilmu yang telah kami peroleh selama kuliah dapat memberikan manfaat amal kehidupan di dunia dan akhirat. Sebagai manusia yang tak pernah luput dari kekhilafan, penulis sangat mengharapkan pintu maaf serta kritikan dan saran dari semua pihak demi upaya perbaikan di waktu yang akan datang.

Malang, 16 Februari 2026

Penulis,

Fikry Fadlilah Nur Islam  
220202110059

## PEDOMAN TRANSLITASI

Dalam penulisan karya ilmiah, penggunaan istilah asing kerap tidak dihindarkan. Secara umum sesuai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia kata asing ditulis (dicetak) miring. Dalam konteks Bahasa Arab, terdapat pedoman transliterasi khusus yang berlaku internasional. Berikut ini disajikan tabel pedoman transliterasi sebagai acuan penulisan karya ilmiah. Transliterasi Arab Indonesia Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah berpedoman pada model Library of Congress (LC) Amerika Serikat sebagai berikut :

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
أ	`	ط	t
ب	b	ظ	z
ت	t	ع	'
ث	th	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	dh	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sh	ء	'
ص	ṣ	ي	y
ض	d		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (madd), maka caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf, seperti ā, ī dan ū. ( و , ي )

,<sup>1)</sup>). Bunyi hidup dobel Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay” dan “aw” seperti layyinah, lawwāmah. Kata yang berakhiran tā’ marbūṭah dan berfungsi sebagai sifat atau muḍāf ilayh ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai muḍāf ditransliterasikan dengan “at”.

## DAFTAR ISI

<b>PERNNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>BUKTI KONSULTASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITASI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>المخلص .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>3</b>
A. Latar Belakang .....	3
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Oprasional .....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kerangka Teori .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Jenis Penelitian .....	47
B. Pendekatan Penelitian .....	47
C. Lokasi Penelitian .....	47
D. Sumber Data .....	48

E. Metode Pengumpulan Data .....	50
F. Metode Pengolahan Data .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum Studi Lokasi .....	53
B. Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Pe ngawasan Terhadap Peredaran Produk <i>Repack</i> Susu Bubuk di <i>E- Commerce</i> .....	59
C. Upaya UPT Perlindungan Konsumen dalam Meminimalisir Peredaran Produk <i>Repack</i> Susu Bubuk di <i>E-Commerce</i> .....	83
<b>BAB V PENUTUPAN .....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>101</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>105</b>

## ABSTRAK

**Fikry Fadlilah Nur Islam, Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Pengawasan Produk *Repack* Susu Bubuk di *E-Commerce* Perspektif Perlindungan Konsumen (Studi UPT Perlindungan Konsumen Malang), Skripsi Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembibinng Skripsi: Dr. Musataklima, S.HI.,M.SI**

---

**Kata Kunci:** Pengawasan; UPT Perlindungan Konsumen; *Repack* Susu Bubuk

Perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) mempermudah masyarakat dalam mendapatkan berbagai produk, salah satunya ada *repack* susu bubuk yang tidak memenuhi standar keamanan, mutu, dan kejelasan informasi. *Repack* susu bubuk yang diperjual-belikan secara bebas di *e-commerce* merugikan konsumen, sehingga memerlukan pengawasan yang lebih oleh pemerintah melalui lembaga yang berwenang, salah satunya adalah UPT Perlindungan Konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam mengawasi peredaran *repack* susu bubuk di beberapa platform *e-commerce*, seperti Lazada, Tiktokshop, dan Tokopedia. Upaya yang dilakukan UPT Perlindungan Konsumen dalam mengatasi kendala peredaran *repack* susu bubuk di *e-commerce*.

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis-empiris dengan menggunakan pendekatan yuridis-sosiologis. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di UPT Perlindungan Konsumen Malang. Jenis sumber data yang diperoleh adalah melalui wawancara dengan pihak UPT Perlindungan Konsumen, dokumentasi, dan studi literatur peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan pengawasan barang beredar. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif untuk menguraikan kesesuaian antara ketentuan normatif yang ada dan praktik di lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan Pertama, secara normatif UPT Perlindungan Konsumen memiliki kewenangan dalam pengawasan barang beredar, termasuk produk yang diperdagangkan melalui *e-commerce*, namun dalam praktiknya kewenangan tersebut masih terbatas. UPT Perlindungan Konsumen Malang tidak memiliki kewenangan untuk melakukan penindakan administratif langsung di ranah digital, seperti penutupan atau penghapusan akun pelaku usaha di platform *e-commerce*, sehingga pengawasan cenderung bersifat reaktif dan preventif. Kedua, Upaya yang dilakukan meliputi pengawasan barang beredar secara langsung, pembinaan pelaku usaha, edukasi konsumen, serta koordinasi dan pelaporan kepada instansi berwenang. Keterbatasan kewenangan dan teknis tersebut menyebabkan pengawasan terhadap peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce* belum berjalan secara optimal, sehingga diperlukan penguatan regulasi dan mekanisme pengawasan perdagangan digital guna meningkatkan perlindungan konsumen.

## ABSTRACT

***Fikry Fadlilah Nur Islam, The Authority of the Consumer Protection Service Unit in Supervising Repackaged Powdered Milk Products in E-Commerce from a Consumer Protection Perspective (A Study at the Consumer Protection Service Unit of Malang), Undergraduate Thesis, Study Program of Sharia Economic Law, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang. Thesis Supervisor: Dr. Musataklima, S.HI., M.Si.***

---

***Keyword:*** Supervision; Consumer Protection Service Unit; Repackaged Powdered Milk

*The development of trade through electronic systems (e-commerce) has made it easier for the public to obtain various products. However, one of the products circulating is repackaged powdered milk that does not meet safety, quality, and information transparency standards. The sale of repackaged powdered milk freely through e-commerce platforms can harm consumers, thus requiring stronger supervision from the government through authorized institutions, one of which is the Consumer Protection Unit (UPT Perlindungan Konsumen). This study aims to analyze the authority of the Consumer Protection Unit in supervising the circulation of repackaged powdered milk on several e-commerce platforms, namely Tokopedia, TikTok Shop, and Lazada, as well as the efforts undertaken by the Consumer Protection Unit to address the obstacles in controlling the circulation of repackaged powdered milk in e-commerce.*

*This research uses a juridical-empirical method with a juridical-sociological approach. The research was conducted at the Consumer Protection Unit (UPT Perlindungan Konsumen) in Malang. The data sources were obtained through interviews with officials from the Consumer Protection Unit, documentation, and literature studies of laws and regulations related to consumer protection and the supervision of goods circulating in the market. The collected data were analyzed qualitatively to describe the conformity between existing normative provisions and practices in the field.*

*The results of the study show that, first, normatively the Consumer Protection Unit has the authority to supervise circulating goods, including products traded through e-commerce. However, in practice, this authority remains limited. The Consumer Protection Unit in Malang does not have the authority to carry out direct administrative enforcement in the digital domain, such as closing or removing business actors' accounts on e-commerce platforms. As a result, the supervision tends to be reactive and preventive. Second, the efforts carried out include direct supervision of circulating goods, guidance for business actors, consumer education, as well as coordination and reporting to authorized institutions. These legal and technical limitations cause the supervision of repackaged powdered milk circulation in e-commerce to face several challenges. Therefore, strengthening regulations and digital trade supervision mechanisms is necessary to enhance consumer protection.*

## المخلص

فكري فضل الله نور إسلام، صلاحيات وحدة حماية المستهلك في الإشراف على منتجات الحليب المجفف المعاد تعبئته في التجارة الإلكترونية من منظور حماية المستهلك (دراسة في وحدة حماية المستهلك بمدينة مالانغ)، رسالة جامعية، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الإسلامي، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانغ. مشرف الرسالة: د. مستكليما، ليسانس في الدراسات الإسلامية، ماجستير في العلوم الاجتماعية

### الكلمات المفتاحية: الرقابة؛ وحدة حماية المستهلك؛ الحليب المجفف المعاد تعبئته

شهدت التجارة عبر الأنظمة الإلكترونية تطورًا كبيرًا سهّل على المجتمع الحصول على مختلف المنتجات، ومن بينها الحليب المجفف المعاد تعبئته الذي لا يستوفي معايير السلامة والجودة ووضوح المعلومات. إن بيع هذا النوع من الحليب المجفف بحرية عبر منصات التجارة الإلكترونية يسبب أضرارًا للمستهلكين، مما يستدعي تعزيز الرقابة من قبل الحكومة عبر الجهات المختصة، ومن بينها وحدة حماية المستهلك. وتهدف هذه الدراسة إلى تحليل صلاحيات وحدة حماية المستهلك في الإشراف على تداول الحليب المجفف المعاد تعبئته عبر التجارة الإلكترونية، وكذلك الجهود التي تبذلها لمواجهة التحديات المرتبطة بانتشاره في المنصات الرقمية.

اعتمدت الدراسة المنهج القانوني-الواقعي باستخدام مقاربة قانونية-اجتماعية، وقد أُجريت في وحدة حماية المستهلك بمدينة مالانغ. وتم جمع البيانات من خلال مقابلات مع مسؤولي الوحدة، إضافة إلى التوثيق ودراسة الأدبيات القانونية المتعلقة بحماية المستهلك والرقابة على السلع المتداولة. وتم تحليل البيانات تحليلًا نوعيًا لبيان مدى التوافق بين الأحكام القانونية المعيارية القائمة والتطبيق العملي في الميدان.

وأظهرت نتائج الدراسة أولاً أن وحدة حماية المستهلك تمتلك من الناحية المعيارية صلاحية الرقابة على السلع المتداولة، بما في ذلك المنتجات التي تُسوّق عبر التجارة الإلكترونية، إلا أن هذه الصلاحية ما تزال محدودة في التطبيق العملي. إذ لا تملك الوحدة في مالانغ صلاحية اتخاذ إجراءات إدارية مباشرة في المجال الرقمي، مثل إغلاق أو حذف حسابات التجار في منصات التجارة الإلكترونية، مما يجعل الرقابة ذات طابع وقائي وتفاعلي. كما تشمل الجهود المبذولة الرقابة المباشرة على السلع، وتوجيه أصحاب الأعمال، وتنقيف المستهلكين، إضافة إلى التنسيق ورفع التقارير إلى الجهات المختصة، غير أن محدودية الصلاحيات والإمكانات الفنية تؤدي إلى عدم تحقيق رقابة مثلى، الأمر الذي يستلزم تعزيز الأطر التنظيمية وآليات الرقابة على التجارة الرقمية من أجل تحسين حماية المستهلك.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital pada masa sekarang mengubah pola konsumsi masyarakat di Indonesia. Salah satunya yaitu kemudahan dalam mengakses *e-commerce* yang mana membantu masyarakat dalam memperoleh berbagai produk. Namun, dalam perkembangan teknologi digital juga mendapatkan tantangan, khususnya terkait peredaran produk ilegal yang tidak memenuhi standart keamanan. Salah satu permasalahan yang marak dimasyarakat yaitu banyaknya penjualan di *marketplace* yang memperjualbelikan produk *repack* susu bubuk yang dapat menyebabkan resiko kesehatan bagi konsumen, melanggar izin edar, dan dapat menyebabkan berkurangnya kualitas produk.<sup>1</sup>

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mencatat bahwa sepanjang 2024 ada 309.000 Produk ilegal (Obat, Makanan, Kosmetik, Suplemen) yang beredar di *e-commerce*.<sup>2</sup> Sementara itu pada bulan Januari-Maret tahun 2025 BPOM mencatat ada 39.642 produk ilegal yang dijual di *e-commerce*. Selain data tersebut, berdasarkan hasil observasi peneliti di tiga platform *e-commerce* yaitu tiktokshop, lazada, dan tokopedia ditemukan 37 toko yang menjual produk *repack* susu bubuk dari berbagai merek seperti Milo,

---

<sup>1</sup> Dita Nur Haerunisa dan Ruli Purwanto, "Perlindungan Konsumen terhadap Produk Makanan *Repacking* Menurut Hukum Keamanan Pangan dan Obat," *ISSN* . 2, no. 3 (t.t.): 56–68, <https://doi.org/10.62383/pk.v2i3.1004>.

<sup>2</sup> Devandra Prasetyo, "Awat! BPOM RI Temukan 309 Ribu Link Menyesatkan di Lapak Online Sepanjang 2024," *Detikhealth*, 18 Juni 2025, <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-7970186/awat-bpom-ri-temukan-309-ribu-link-menyestakan-di-lapak-online-sepanjang-2024>. diakses 9 September 2025, 11.11 WIB

Dancow, Zee, Frishn Flagh, dan Indomilk . Dari data di atas selama satu tahun lebih ada sekitar 77,66% tautan unggahan berhasil ditindak lanjuti melalui mekanisme *takedown* yang bekerja sama dengan KomDiGi.<sup>3</sup>

Dari peristiwa di atas menunjukkan lemahnya pengawasan terhadap produk ilegal yang beredar yang dijual secara online. Sedangkan, menurut Pasal 146 Undang-Undang No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan menegaskan bahwa setiap produk pangan, obat, dan kosmetik yang beredar wajib memenuhi standart keamanan, mutu, dan kemanfaatan.<sup>4</sup> Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwasanya perlindungan konsumen harus berdasarkan asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Namun, kesenjangan antara aturan dan praktik di masyarakat memberikan dampak resiko kerugian baik dari aspek ekonomi maupun kesehatan, dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>5</sup>

Selain lemahnya pengawasan terhadap peredaran produk ilegal di *e-commerce*. Tingkat pemberdayaan konsumen juga mempengaruhi masyarakat dalam melakukan pembelian produk *repack* susu bubu di *e-*

---

<sup>3</sup> “Gelar Monitoring dan Evaluasi Takedown Konten Ilegal di E-Commerce Triwulan I 2025,” *Direktorat Siber Obat dan Makanan* (16 Mei 2025), t.t., diakses 9 September 2025, <https://siber.pom.go.id/berita/gelar-monitoring-dan-evaluasi-takedown-konten-ilegal-di-e-commerce-triwulan-i-2025>.

<sup>4</sup> Putri Nur Anisa dan Tatty Aryani Ramli, “Implementasi Peraturan Pengawasan Kosmetik Tanpa Izin Edar dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik sebagai Upaya Perlindungan Konsumen,” *Jurnal Riset Ilmu Hukum* 1, no. 2 (2022): 111–16, <https://doi.org/10.29313/jrih.v1i2.528>.

<sup>5</sup> Nesiaindo Aira Putih Merah dan Sylvana Murni Deborah Hutabarat, “Perlindungan hukum bagi konsumen marketplace terhadap pencantuman berat bersih dalam produk makanan kemasan,” *Jurnal Cakrawala Hukum* 13, no. 1 (2022): 58–67, <https://doi.org/10.26905/idjch.v13i1.5333>.

*commerce*. Hasil survei indeks keberdayaan konsumen pada tahun 2024 menunjukkan nilai IKK berada pada katagori kritis dengan nilai 60,11 yang masuk dalam katagori kritis dan menunjukkan konsumen belum berdaya secara optimal. Meskipun angka tersebut berada di atas batas minimal kategori kritis dan ada peningkatan dari tahun sebelumnya, namun peningkatan tersebut belum signifikan menjamin kemampuan konsumen dalam melindungi dirinya sendiri dari peredaran produk ilegal di *e-commerce*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwasanya perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada kesadaran konsumen, namun juga membutuhkan peran pengawasan yang kuat dari lembaga yang berwenang.<sup>6</sup>

Berdasarkan Pasal 11 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau jasa pengawasan barang beredar dibagi menjadi tiga, yaitu pengawasan berkala, pengawasan khusus, dan pengawasan terpadu. Berdasarkan perspektif hukum perlindungan konsumen, UPT Perlindungan Konsumen sebagai salah satu lembaga yang berwenang melakukan pengawasan barang yang beredar melalui inspeksi lapangan, penarikan sampel, penarikan label, dan memberikan tindak lanjut bagi pelaku usaha yang melanggar peraturan. Pengawasan tersebut menjadi salah satu sarana untuk menjamin terpenuhny hak konsumen atas barang yang layak beredar sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Direktorat Jendral Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, *Laporan Survey Indeks Keberdayaan Konsumen 2024* (Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2024), <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/storage/laporan/JZW8UCqWhpq59O64Tuu6stGk5PP5ErtAoI7sN6lK.pdf>.

<sup>7</sup> Nasrul Fuad Abdillah dkk., "Optimalisasi Pengawasan Barang Beredar Oleh Upt Perlindungan Konsumen Jember Untuk Meningkatkan Keamanan Konsumen Dan

Namun, di era digital sekarang mekanisme pengawasan secara konvensional sudah tidak efektif, karena penjual sering kali memanfaatkan celah dengan menjual produk secara online karena lemahnya pengawasan dibidang digital, kondisi ini menuntut UPT Perlindungan Konsumen untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi terutama dalam bidang Pengawasan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Oleh karena itu UPT Perlindungan Konsumen harus berkoodinasi antar lembaga seperti halnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pemerintah daerah, dan KomDiGi untuk meningkatkan efektivitas pengawasan yang optimal.<sup>8</sup>

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas isu serupa, salah satunya yaitu artikel jurnal yang diteliti oleh Ni Putu Devi Aryantini, Ni Komang Ratih Kumala Dewi(2024) yang berjudul “Efektivitas Peranan BPOM dalam Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal di Denpasar” menjelaskan pengawasan sudah sesuai regulasi, namun masih ada beberapa hambatan dalam melakukan pencegahan peredaran.<sup>9</sup> Penelitian lainnya adalah I Dewa Ayu Bintang Pramesthi Swari dkk (2023) yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Maraknya Peredaran Kosmetik Tanpa Izin BPOM dalam perspektif jual beli di *e-commerce*” menjelaskan pentingnya peran BPOM

---

Kepatuhan Peraturan Bagi Pelaku Usaha,” *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi* 4, no. 2 (2024): 01–13, <https://doi.org/10.51903/jupea.v4i2.2828>.

<sup>8</sup> Deski Bertolens Tungga dkk., “Perlindungan Konsumen Dari Aspek Hukum Pidana Terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal: Studi Putusan Nomor 572/PID.SUS/2022/PN SMR,” *Konstitusi : Jurnal Hukum, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2024): 136–45, <https://doi.org/10.62383/konstitusi.v2i1.398>.

<sup>9</sup> Ni Putu et al., *Efektivitas Peranan Bpom Dalam Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal Di Kota Denpasar*, 04 (2024): 2, <https://doi.org/10.36733/jhm.v1i2>.

melalui sistem *cyber patrol* serta penggunaan pemindaan barcode untuk verifikasi produk.<sup>10</sup>

Meskipun demikian, penelitian sebelumnya lebih berfokus pada pengawasan kosmetik ilegal dan perlindungan konsumen secara umum. Namun, penelitian yang secara spesifik membahas pengawasan produk *repack* susu bubuk di platform *e-commerce* oleh UPT Perlindungan Konsumen sebagai lembaga pengawasan barang yang beredar.<sup>11</sup> Oleh karena itu diperlukanya penelitian lebih dalam dengan tujuan untuk mengetahui kewenangan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam melakukan pengawasan, kendala yang dihadapi, dan upaya yang dilakukan untuk melindungi konsumen terhadap produk *Repack* susu bubuk yang dijual di *e-Commerce*.<sup>12</sup>

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam permasalahan tersebut dalam bentuk skripsi dengan judul **“Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Pengawasan Produk *Repack* Susu Bubuk di *E-Commerce* Perspektif Perlindungan Konsumen (Studi UPT Perlindungan Konsumen Malang).”**

---

<sup>10</sup> I Dewa et al., “Perlindungan Konsumen Terhadap Maraknya Peredaran Kosmetik Tanpa Izin Bpom Dalam Praktik Jual-Beli Di E-Commerce,” *Jurnal Kertha Semaya* 12 (n.d.), <https://doi.org/10.24843/KS.2024.v12.i06.p04>.

<sup>11</sup> Aisy Anfa'an Na'ila, “Perlindungan Hukum Konsumen Produk Makanan *Repacking* Persepektif Hukum Positif Dan Hukum Islam,” *VISA: Journal of Vision and Ideas* 4, no. 3 (2024), <https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3674>.

<sup>12</sup> Wei Liuhua, Trubus Rahardiansyah, dan Maya Indrasti Notoprayitno, *Analisis Efektivitas Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Peredaran Barang KW di E-Commerce Indonesia*, *CAUSA Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan* 14, no. 6 (2025): 1–10, <https://doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461>.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang dijelaskan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan terhadap peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperdagangkan di *e-commerce* berdasarkan perspektif perlindungan konsumen?
2. Bagaimana upaya yang akan dilakukan UPT Perlindungan Konsumen untuk mengatasi peredaran *repack* susu bubuk di *e-commerce* kedepan?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan terhadap peredaran *repack* susu bubuk yang diperdagangkan di *e-commerce* berdasarkan perspektif perlindungan konsumen.
2. Untuk mengetahui upaya apa yang akan dilakukan UPT Perlindungan Konsumen untuk mengatasi peredaran *repack* susu bubuk untuk melindungi konsumen.

#### D. Manfaat Penelitian

Selain tujuan penelitian diatas penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis sebagai berikut:

##### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan secara literatur tentang kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan produk *repack* susu bubuk di *e-commerce* yang telah beredar dan penelitian ini juga bisa digunakan sebagai refrensi akademis untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang perlindungan konsumen.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi UPT Perlindungan Konsumen

Memberikan saran untuk meningkatkan pengawasan dalam menekankan peredaran produk susu *repack* bubuk di *e-commerce*.

###### b. Bagi konsumen

Memberikan pengetahuan hukum agar masyarakat lebih bijak dan waspada atas peredaran produk ilegal di platform digital, sehingga bisa menjaga diri dari kerugian baik secara ekonomi maupun kesehatan.

###### c. Bagi Peneliti

Sebagai refrensi untuk peneliti selanjutnya yang meneliti tentang pengawasan produk pangan, peredaran barang ilegal, dan kalaborasi antar lembaga di era perdagangan digital.

## E. Definisi Oprasional

Untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang permasalahan penelitian, maka peneliti akan menjelaskan tentang judul tersebut sebagai berikut:

### 1. Produk *repack* susu bubuk

Produk *repack* susu bubuk adalah susu bubuk yang dikemas ulang dalam bentuk lebih kecil dari kemasan aslinya oleh pihak selain produsen resmi yang tidak memiliki izin edar resmi dari BPOM dan dipasarkan menggunakan label baru.

### 2. *E-Commerce*

*E-Commerce* adalah kepanjangan dari *elektronik commerce* yang berarti kegiatan jual-beli barang atau jasa yang dilakukan melalui perantara media elektronik yang menggunakan jaringan internet. Dalam penelitian ini *e-commerce* diartikan sebagai platform digital yang digunakan pelaku usaha untuk memasarkan *repack* susu bubuk secara daring.<sup>13</sup>

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematikan pembahasan bertujuan agar isi penelitian ini bisa dijelaskan dengan jelas dan terarah secara struktural. Sistematika pembahasan dibagi menjadi 5 bab yang berkaitan satu sama lain.

---

<sup>13</sup> Henri Ponda dkk., "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Rangka Perluasan Pangsa Pasar Snack MEONG," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 4, no. 6 (2025): 1035–41, <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.3170>.

Ketentuan penjelasan sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

**Bab Pertama Pendahuluan** menjelaskan secara umum tentang latar belakang alasan memilih judul yang diteliti, rumusan masalah yang berfokus pada permasalahan yang diteliti, tujuan penelitian adalah fokus yang akan dicapai dalam penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat praktis dan manfaat teoritis, definisi operasional yang menjelaskan pengertian secara operasional terkait penelitian, dan sistematika pembahasan.

**Bab Kedua Tinjauan Pustaka** menjelaskan penelitian terdahulu dan kerangka teori. Penelitian terdahulu adalah analisis literatur-literatur sebelumnya yang selaras dengan topik peneliti. Kerangka teori adalah landasan konseptual yang digunakan dalam permasalahan penelitian.

**Bab Ketiga Metode Penelitian** menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian diuraikan menjadi beberapa bagian diantaranya adalah jenis penelitian yang menggunakan metode yuridis-empiris dengan pendekatan yuridis-sosiologis, Lokasi penelitian yang berada di UPT Perlindungan Konsumen Malang, sumber data penelitian (sumber data primer dan skunder), metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi, dan yang terakhir metode pengolahan data.

**Bab Keempat** hasil pembahasan adalah isi dari penelitian yang dilakukan penulis dengan dikaitkan dengan teori dan peraturan perundang-undangan yang relevan. Dalam bab ini menjelaskan

wewenang UPT Perlindungan Konsumen melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.

**Bab Kelima** Penutup, bab ini adalah kesimpulan pembahasan yang ditulis penulis sebagai jawaban atas permasalahan yang diteliti. Kemudian juga ada saran dari peneliti yang bertujuan memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya dan para pembaca.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi sebuah landasan penting pada saat menyusun penelitian ini, karena bertujuan sebagai gambaran sejauh mana topik pengawasan produk di *e-commerce* sudah diteliti. Melalui penelitian terdahulu, penulis dapat mengenali persamaan, perbedaan maupun gap penelitian yang belum pernah diteliti. Khususnya terkait pengawasan UPT Perlindungan Konsumen tentang peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*. Adapun penelitian-penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Jurnal Masripa Siti Zahra, Leny Megawati, dan Anita Kamilah, (2025), “Peran Hukum Dagang dalam mencegah penipuan produk di platform *e-commerce*: Studi kasus Lazada di Indonesia”. Penelitian ini membahas tentang peran hukum dagang dalam menanggulangi penipuan produk di platform *e-commerce*, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Yuridis-Normatif dengan menggunakan teori hukum dagang dan perlindungan konsumen. Hasil dari penelitian ini yaitu peraturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen di *e-commerce* sudah ada, namun implementasi dan pengawasannya masih lemah yang menyebabkan penipuan seperti produk palsu, deskripsi produk yang menyesatkan dan toko fiktif. Oleh karena itu, Lazada sebagai salah satu platform harus memperketat verifikasi penjual, meningkatkan sistem pengembalian dana, dan memberikan

perlindungan konsumen yang lebih transparan. Persamaan penelitian diatas adalah sama sama membahas tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* dan juga menegaskan lemahnya implementasi dan pengawasan di era digital sekarang. Perbedaannya adalah penelitian diatas fokus penelitiannya pada penipuan produk di Lazada dengan menggunakan pendekatan normatif, sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>14</sup>

2. Jurnal Tiara Meisya dan Dadang Munandar, (2025), “*Systematic Literatur Review: Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce Indonesia – Studi Kasus Penjualan Produk Ilegal dan Penipuan*”. Penelitian ini membahas tentang perlindungan konsumen yang fokus penelitiannya penjualan produk ilegal dan penipuan daring, metode yang digunakan adalah *Systematic Literatur Review* dengan menggunakan teori perlindungan konsumen dan *Law enforcement*. Hasil dari penelitian ini yaitu perlindungan konsumen di Indonesia sudah diatur dengan baik, namun lemahnya pengawasan hukum terhadap pelaku usaha digital dan masih rendahnya kesadaran konsumen atas hak-hak yang seharusnya diterima. Persamaan penelitian diatas adalah sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen barang ilegal di platform *e-commerce* yang mana

---

<sup>14</sup> Masripa Siti Zahra dkk., “Peran Hukum Dagang dalam Mencegah Penipuan Produk di Platform E- Commerce: Studi Kasus Lazada Indonesia,” *Al-Musthalah: Jurnal Riset dan Penelitian Multidisiplin* 02, no. 1 (2025): 1–17.

menunjukkan kurangnya pengawasan terhadap barang-barang ilegal di *e-commerce*, perbedaannya adalah penelitian diatas membahas tentang produk ilegal di *e-commerce* secara umum sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>15</sup>

3. Jurnal Purnama Salih, Aisy Salwa Daulay, Tanta Sudiro Siregar, dan Aldy Ridwan, (2022), “Analisis Keamanan Transaksi *E-Commerce* Dalam Mencegah Penipuan Online”. Penelitian ini membahas tentang pengaruh konsumen dalam melakukan transaksi di *e-commerce* dengan maraknya penipuan di *e-commerce*, metode yang digunakan adalah Kualitatif dengan teori keamanan transaksi digital dan perlindungan konsumen. Hasil penelitian dari adalah faktor yang menyebabkan penipuan dalam transaksi *e-commerce* adalah kurangnya pengetahuan konsumen, kebocoran data, dan peraturan pemerintah yang kurang tegas. Persamaan penelitian diatas adalah sama sama membahas tentang perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi online di *e-commerce* dan membahas tentang lemahnya pengawasan pemerintah di sektor digital, perbedaannya adalah penelitian diatas berfokus pada keamanan transaksi dan penipuan online secara umum, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam

---

<sup>15</sup> Tiara Meisya dan Dadang Munandar, *Systematic Literatur Review: Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce Indonesia – Studi Kasus Penjualan Produk Ilegal dan Penipuan*, Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan, vol. 02, no. 01 (2025): 169–86, <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org>.

melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>16</sup>

4. Jurnal A. Rahmi Ainun Kirana, Ilham Abbas, dan Muhammad Rustan, (2021), “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata”. Penelitian ini membahas tentang mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan barang bermerk palsu melalui transaksi online di Indonesia, metode yang digunakan adalah Normatif dengan menggunakan teori perlindungan Konsumen. Hasil penelitian ini adalah Perlindungan Hukum bagi konsumen ditoko Online masih menggunakan UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, UU Merek dan PP tentang transaksi elektronik. Namun, penerapannya masih lemah karena belum spesifik membahas transaksi *e-commerce*. Persamaan penelitian diatas adalah sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen dalam transaksi online dan kurangnya regulasi pengawasan pemerintah terhadap perdagangan digital, Perbedaan penelitian diatas adalah lebih fokus kepada perlindungan konsumen barang bermerk palsu dan menekankan penyelesaian sengketa melalui BPSK dan BPKN, sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT

---

<sup>16</sup> Purnama Ramadani Silalahi dkk., “Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online,” *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 4 (2022): 224–35, <https://doi.org/10.58192/profit.v1i4.481>.

Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>17</sup>

5. Jurnal Nadifah dan Ahmad Suryono, (2025), “Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Di E-Commerce Lazada”. Penelitian ini membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan jual beli kosmetik tidak memiliki izin BPOM di *e-commerce* (Lazada) dan bagaimana upaya hukum penyelesaiannya, metode yang digunakan adalah yuridis normatif dengan teori perlindungan Hukum. Hasil penelitian ini adalah perlindungan hukum yang diberikan oleh Lazada masih bersifat preventif, namun perlindungan hukum ini masih belum efektif karena masih banyak kosmetik ilegal yang beredar di *e-commerce*, sedangkan perlindungan hukum bagi konsumen secara represif masih belum memadai. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen tentang peredaran barang ilegal di *e-commerce*, perbedaannya adalah penelitian diatas lebih berfokus membahas tentang kosmetik yang tidak memiliki izin BPOM di *e-commerce* Lazada, sedangkan penelitian ini berfokus pada peran UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> A Rahmi et al., “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata,” in *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum*, vol. 1, no. 1 (2020).

<sup>18</sup> Nadifah dan Ahmad Suryono, “Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Di E-

6. Jurnal Shania Marchella, Naila Qanitah, Nur Mutiara Zahrani, dan Sri Handayani, (2025), “Aspek Legalitas Dan Viralitas Dalam Peredaran Kosmetik Tanpa Izin BPOM Di Indonesia”, penelitian ini membahas tentang peran BPOM dalam mengawasi peredaran kosmetik ilegal yang sedang viral serta memperketat sanksi bagi distributor kosmetik tanpa izin BPOM, metode yang digunakan adalah Normatif dengan menggunakan teori perlindungan konsumen. Hasil penelitian ini adalah pengawasan BPOM pada Kosmetik ilegal masih belum efektif dikarenakan tingginya daya tarik produk tersebut yang didominasi di pemasaran digital, kurangnya kesadaran hukum konsumen, dan pengaruh dari beberapa selebritas yang mempromosikan kosmetik tersebut. Persamaan penelitian diatas dengan peneliti yaitu sama sama membahas tentang perlindungan konsumen atas barang yang beredar tanpa izin, Perbedaan penelitian ini adalah penelitian diatas lebih fokus pada Legalitas kosmetik viral tanpa izin BPOM sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>19</sup>
7. Jurnal Khaerun Bahrani dan Trubus Rahardiansah, (2025), “Analisis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Kasus Penipuan Marketplace di Indonesia”. Penelitian ini membahas tentang efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen yang menjadi korban

---

Commerce Lazada,” *Indonesian Journal of Law and Justice* 2, no. 4 (2025): 16, <https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i4.4416>.

<sup>19</sup> Shania Marchella dkk., “Aspek Legalitas Dan Viralitas Dalam Peredaran Kosmetik Tanpa Izin Bpom Di Indonesia,” *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 4 (2025): 181–92.

penipuan *marketplace* di Indonesia, metode yang digunakan adalah Normatif dengan menggunakan teori perlindungan konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah Indonesia sudah memiliki peraturan hukum yang cukup memadai, namun ada beberapa kendala seperti pembuktian yang sulit, peran *marketplace* yang belum diatur secara tegas, dan rendahnya literasi digital konsumen. Persamaan penelitian di atas adalah sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* dan lemahnya implementasi regulasi peraturan yang ada, perbedaannya adalah penelitian di atas berfokus pada penipuan yang ada di *marketplace* sebagai perantara transaksi, sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>20</sup>

8. Jurnal Ahmad Haris dan Levina Yustitiningtyas, (2024), “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi *E-Commerce* Pada Penjualan Barang Palsu”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana pemahaman konsumen terhadap jual-beli produk palsu di Indonesia dan pentingnya peraturan hukum yang lebih ketat terkait penjualan barang palsu, metode yang digunakan adalah Normatif dengan teori perlindungan hukum dan perlindungan konsumen. Hasil penelitian ini adalah perlindungan hukum terkait jual beli barang palsu di Indonesia sudah ada namun ada beberapa faktor yang menyebabkan

---

<sup>20</sup> Khaerul Bahrani dkk., “Analisis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Kasus Penipuan Marketplace di Indonesia,” *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 6 (2025): 922–31.

banyaknya barang palsu salah satunya adalah gaya hidup konsumtif pembeli, lemahnya pengawasan pemerintah, dan kurangnya koordinasi antar lembaga. Persamaan penelitian diatas adalah sama sama membahas perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* dan perdagangan digital sering kali digunakan sebagai penjualan barang ilegal atau barang palsu yang merugikan konsumen, perbedaanya penelitian diatas pada jual beli barang palsu di *e-commerce* secara umum dan kelemahan regulasinya, sedangkan penelitiaan ini lebih berfokus pada pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam dalam melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>21</sup>

9. Jurnal Novita Sari, Novea Elysa Wardhani, dan Vicka Prama Wulandari, (2025), “Pengawasan Terhadap Pemalsuan Kosmetik Menurut Pasal 8 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Oleh Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Di Kota Palangka Raya”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengawasan produk kosmetik berdasarkan Pasal 8 ayat (1)UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, metode yang digunakan adalah Kualitatif Deskriptif dengan teori perlindungan hukum konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah pengawasan terhadap produk kosmetik di Palangkaraya sudah dilakukan dengan berbagai upaya, namu masih memiliki beberapa

---

<sup>21</sup> Ahmad Haris dan Levina Yustitianiingtyas, “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E- commerce Pada Penjualan Barang Palsu,” *ACADEMOS: Jurnal Hukum & Tatanan Sosial* 3, no. 2 (2024).

kendala seperti terbatasnya sumber daya manusia dan rendahnya kesadaran konsumen atas kosmetik palsu. Persamaan penelitian diatas adalah sama sama membahas tentang pengawasan perlindungan konsumen pada pemalsuan produk/barang, perbedaanya adalah penelitian diatas berfokus pada pengawasan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Palangkaraya dalam pemalsuan kosmetik, sedangkan peneliti lebih berfokus pada pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>22</sup>

10. Jurnal Nur Faizatus Sholehah dan Mega Dwi Ambarwati, (2024), “Analisis Yudiris Penegak Hukum Terhadap Pemalsuan Nomor Registrasi BPOM Pada Produk Skincare Dalam Perspektif UU Perlindungan Konsumen”. Penelitian ini membahas tentang maraknya kasus pemalsuan nomor registasi BPOM pada produk skincare dan mengandung bahan yang berbahaya, metode yang digunakan adalah Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan teori perlindungan konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah perlunya edukasi masyarakat, penegakan hukum yang tegas, dan koordinasi antar lembaga agar menciptakan pasar yang aman tanpa harus merugikan konsumen yang disebabkan oleh skincare tidak terdaftar tersebut. Persamaan penelitian diatas adalah sama sama membahas tentang pentingnya perlindungan konsumen atas beredarnya produk yang

---

<sup>22</sup> Novita Sari dkk., “Pengawasan Terhadap Pemalsuan Kosmetik Menurut Pasal 8 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Oleh Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Di Kota Palangka Raya,” *Jurnal Tata Kelola Hukum* 9, no. 3 (2025).

tidak memenuhi standart keamanan dan legalitas yang merugikan konsumen, sedangkan perbedaanya adalah penelitian diatas berfokus pada pemalsuan nomor registasi BPOM pada produk skincare sedangkan peneltiian ini lebih berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>23</sup>

**Table 1.1** Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Masripa Siti Zahra, Leny Megawati, dan Anita Kamilah, (2025)	Peran Hukum Dagang dalam mencegah penipuan produk di platform <i>e-commerce</i> : Studi kasus Lazada di Indonesia	Sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> dan juga menegaskan lemahnya implementasi dan pengawasan di era digital sekarang.	penelitian diatas fokus penelitiannya pada penipuan produk di Lazada dengan menggunakan pendekatan normatif, sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran <i>repack</i> susu bubuk di <i>e-commerce</i> .
2.	Tiara Meisya dan Dadang Munandar, (2025)	<i>Systematic Literatur Review: Perlindungan</i>	Membahas tentang perlindungan konsumen	Penelitian diatas membahas tentang

<sup>23</sup> Nur Faizatus Sholehah, "Analisis Yudiris Penegak Hukum Terhadap Pemalsuan Nomor Registrasi BPOM Pada Produk Skincare Dalam Perspektif UU Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa* 2, no. 6 (2024): 388–96, <https://doi.org/10.61722/jipm.v2i6.564>.

		Konsumen Dalam E-Commerce Indonesia – Studi Kasus Penjualan Produk Ilegal dan Penipuan	barang ilegal di platform <i>e-commerce</i> yang mana menunjukkan kurangnya pengawasan terhadap barang-barang ilegal di <i>e-commerce</i>	produk ilegal di <i>e-commerce</i> secara umum sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk <i>repack</i> susu bubuk di <i>e-commerce</i> .
3.	Purnama Salih, Aisy Salwa Daulay, Tanta Sudiro Siregar, dan Aldy Ridwan, (2022)	Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online	Sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen dalam Melakukan transaksi online di <i>e-commerce</i> dan membahas tentang lemahnya pengawasan pemerintah di sektor digital	Penelitian diatas berfokus pada keamanan transaksi dan penipuan online secara umum, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk <i>repack</i> susu bubuk di <i>e-commerce</i> .
4.	A. Rahmi Ainun Kirana, Ilham Abbas, dan	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait	Sama-sama membahas tebtabf Perlindungan konsumen	Penelitian diatas adalah lebih fokus kepada perlindungan

	Muhammad Rustan, (2020)	Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata	dalam transaksi online dan kurangnya regulasi pengawasan pemerintah terhadap perdagangan digital	konsumen barang bermerk palsu dan menekankan penyelesaian sengketa melalui BPSK dan BPKN, sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk <i>repack</i> susu bubuk di <i>e-commerce</i> .
5.	Nadifah dan Ahmad Suryono, (2025)	Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Di E-Commerce Lazada	Sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen tentang peredaran barang ilegal di <i>e-commerce</i>	Penelitian diatas lebih berfokus membahas tentang kosmetik yang tidak memiliki izin BPOM di <i>e-commerce</i> Lazada, sedangkan penelitian ini berfokus pada peran UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk <i>repack</i> susu

				bubuk di <i>e-commerce</i> .
6.	Shania Marchella, Naila Qanitah, Nur Mutiara Zahrani, dan Sri Handayani, (2025)	Aspek Legalitas Dan Viralitas Dalam Peredaran Kosmetik Tanpa Izin BPOM Di Indonesia	Sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen atas barang yang beredar tanpa izin	penelitian diatas lebih fokus pada Legalitas kosmetik viral tanpa izin BPOM sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk <i>repack</i> susu bubuk di <i>e-commerce</i> .
7.	Khaerun Bahrani dan Trubus Rahardiansah, (2025)	Analisis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Kasus Penipuan Marketplace di Indonesia	Sama-sama Membahas tentang perlindungan konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> dan lemahnya implementasi regulasi peraturan yang ada	Penelitian diatas berfokus pada penipuan yang ada di <i>marketplace</i> sebagai perantara transaksi, sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam pengawasan peredaran produk <i>repack</i> susu bubuk di <i>e-commerce</i> .

8.	Ahmad Haris dan Levina Yustitiningtyas, (2024)	Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi <i>E-Commerce</i> Pada Penjualan Barang Palsu	Sama-sama membahas perlindungan konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> dan perdagangan digital sering kali digunakan sebagai penjualan barang ilegal atau barang palsu yang merugikan konsumen	Penelitian diatas pada jual beli barang palsu di <i>e-commerce</i> secara umum dan kelemahan regulasinya, sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam pengawasan peredaran produk <i>repack</i> susu bubuk di <i>e-commerce</i> .
9.	Novita Sari, Novea Elysa Wardhani, dan Vicka Prama Wulandari, (2025)	Pengawasan Terhadap Pemalsuan Kosmetik Menurut Pasal 8 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Oleh Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Di Kota Palangka Raya	Sama-sama membahas tentang pengawasan perlindungan konsumen terhadap pemalsuan produk/barang	Penelitian diatas berfokus pada pengawasan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Palangkaraya dalam pemalsuan kosmetik, sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam pengawasan peredaran produk <i>repack</i> susu

				bubuk di <i>e-commerce</i> .
10.	Nur Faizatus Sholehah dan Mega Dwi Ambarwati, (2024)	Analisis Yudiris Penegak Hukum Terhadap Pemalsuan Nomor Registrasi BPOM Pada Produk Skincare Dalam Perspektif UU Perlindungan Konsumen	Membahas tentang pentingnya perlindungan konsumen atas beredarnya produk yang tidak memenuhi standart keamanan dan legalitas yang merugikan konsumen	Penelitian diatas berfokus pada pemalsuan nomor registasi BPOM pada produk skincare sedangkan penelitian ini berfokus pada kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam pengawasan peredaran produk <i>repack</i> susu bubuk di <i>e-commerce</i> .

Sumber : Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan 10 Penelitian diatas yang sudah dijelaskan, yang menjadi perbedaan dan kebaharuan dalam penelitian ini adalah penelitian penelitian sebelumnya lebih berfokus pada perlindungan konsumen dan pengawasan barang beredar di pasar konvensional, namun di penelitian ini membahas pengawasan UPT Perlindungan Konsumen atas adanya peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperdagangkan di platform *e-commerce*.

## B. Kerangka Teori

Kerangka teori adalah landasan berpikir yang digunakan dalam penulisan penelitian ini. Berikut adalah teori yang relevan dengan judul

peneliti yang digunakan peneliti dengan menggunakan penjelasan secara perinci:

## 1. Pengawasan

### a. Pengertian Pengawasan

Pengawasan secara bahasa berasal dari kata “awas” yang berarti memperhatikan dengan baik, waspada, dan sebagainya.<sup>24</sup>

Adapun pengertian pengawasan menurut G.R. Terry pengawasan adalah memutuskan pencapaian yang telah dicapai dan melakukan evaluasi agar bisa memastikan hasil sesuai dengan rencana.<sup>25</sup>

Sedangkan, menurut Siagian pengawasan adalah proses pelaksanaan dari seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin berjalanya rencana yang sudah ditentukan, dan juga ada pengertian pengawasan menurut Kertonegoro pengawasan adalah serangkaian kegiatan yang dimana koordinator memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan.<sup>26</sup>

Berdasarkan pengertian pengawasan menurut beberapa ahli diatas maka diartikan pengawasan adalah salah satu bagian dari fungsi manajemen. Yang berarti pengawasan adalah salah satu proses untuk memastikan semua tindakan berjalan sesuai dengan rencana. Penelitian ini tidak hanya bersifat teknis, namun juga pengawasan secara hukum. Pengawasan hukum bertujuan

---

<sup>24</sup> “Arti kata Awas-Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses 19 Oktober 2025, <https://kbbi.web.id/awas>.

<sup>25</sup> Ni'matul Huda, *Otonomi Daerah: Filosofi, Sejarah Perkembangan dan Problematika* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005). 28-30

<sup>26</sup> Sondang Siagian, *Perilaku Organisasi*, (PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 112

agar setiap kegiatan, produk, dan kebijakan yang dijalankan oleh lembaga UPT Perlindungan Konsumen mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>27</sup>

Berdasarkan Pasal 1 No. 16 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa dijelaskan pengertian pengawasan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh petugas pengawasan untuk memastikan kesesuaian barang beredar dan/atau jasa dalam memenuhi standar mutu produksi barang beredar dan/atau jasa, pencantuman label dalam bahasa Indonesia, petunjuk penggunaan, jaminan layanan purna jual, cara menjual, pengiklanan, jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau diperjanjikan dan/atau klausula baku.<sup>28</sup>

b. Macam Macam Pengawasan

- 1) Pengawasan Intern : Pengawasan intern adalah pengawasan yang dilakukan oleh anggota suatu lembaga itu sendiri.<sup>29</sup>
- 2) Pengawasan ekstern : Pengawasan ekstern adalah pengawasan yang dilakukan oleh pihak selain lembaga itu sendiri/pihak dari luar lembaga.
- 3) Pengawasan Preventif : Pengawasan preventif adalah pengawasan yang dilakukan sebelum produk beredar di pasar.

---

<sup>27</sup> Amelia Cahyadi dkk., *Hukum Pengawasan* (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya, 2023).6-8

<sup>28</sup> Pasal 1 Nomor 16 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Barang Beredar Dan/Atau Jasa.

<sup>29</sup> Rahmawati Sururama dan Rizki Amalia, *Pengawasan Pemerintah* (Bandung:Cendikia Press, 2020).27

Sepertihalnya pemeriksaan mutu, pemeriksaan dokumen, dan adanya izin edar sebelum dijual.

- 4) Pengawasan Represif : Pengawasan represif adalah pengawasan yang dilakukan setelah produk beredar di pasar.<sup>30</sup>

c. Objek Pengawasan

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa dijelaskan objek pengawasan mencakup seluruh barang dan/atau jasa yang beredar di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, baik yang diproduksi dalam negeri maupun impor. Berdasarkan ketentuan tersebut, objek pengawasan mencakup berbagai aspek salah satunya adalah pemenuhan Standar Nasional Indonesia, label dalam bahasa Indonesia, Petunjuk Penggunaan, layanan purna jual, jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau diperjanjikan, ketentuan cara menjual, pengiklanan, dan dokumen dan/atau perjanjian yang memuat klausula baku

Berdasarkan Pasal 16 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar menjelaskan objek pengawasan terhadap barang beredar dan/atau jasa dalam memenuhi standar berupa:<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Soewarno dan Handayaniingrat, *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen* (Jakarta:PT. Gunung Agung, 1984).144

<sup>31</sup> Berdasarkan Pasal 16 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar

- 1) Barang Beredar yang telah diberlakukan SNI wajib dan/atau persyaratan teknis secara wajib;
- 2) Barang beredar yang telah diterapkan SNI secara sukarela oleh Pelaku Usaha;
- 3) Pencantuman Nomor Registrasi Produk (NRP) atau Nomor Pendaftaran Barang (NPB) pada Barang dan/atau kemasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- 4) Kepemilikan salinan SPPT-SNI;
- 5) Jasa yang telah diberlakukan SNI Wajib, persyaratan teknis, dan/atau kualifikasi secara wajib; dan
- 6) Jasa yang telah diterapkan SNI, persyaratan teknis, dan/atau kualifikasi secara sukarela.

Berdasarkan Pasal 19 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar menjelaskan objek pengawasan terhadap barang beredar dalam memenuhi pencantuman label dalam bahasa Indonesia berupa:<sup>32</sup>

- 1) Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang dan/atau kemasan;
- 2) Keterangan atau penjelasan Label dalam Bahasa Indonesia pada Barang dan/atau kemasan yang terkait dengan keselamatan, keamanan dan kesehatan Konsumen serta lingkungan hidup;

---

<sup>32</sup> Pasal 19 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar

- 3) Kesesuaian keterangan Label pada Barang dan/atau kemasan dengan kondisi Barang;
- 4) Keterangan mengenai identitas Pelaku Usaha pada Label Barang; dan
- 5) Kelengkapan keterangan atau informasi Label yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

Berdasarkan Pasal 21 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar menjelaskan objek pengawasan terhadap barang beredar dalam memenuhi kewajiban untuk melengkapi petunjuk penggunaan berupa:<sup>33</sup>

- 1) Ketersediaan petunjuk penggunaan;
- 2) Kesesuaian keterangan pada Petunjuk Penggunaan dengan spesifikasi, merek, jenis, tipe dan/atau model Barang;
- 3) Pencantuman nomor pendaftaran pada Petunjuk Penggunaan; dan
- 4) Kelengkapan keterangan dan/atau informasi pada Petunjuk Penggunaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan Pasal 23 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar menjelaskan objek pengawasan terhadap barang beredar dalam memenuhi kewajiban layanan purna Jual berupa:<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Pasal 21 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar

<sup>34</sup> Pasal 23 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar

- 1) Ketersediaan pusat layanan purna jual;
- 2) Ketersediaan Kartu Jaminan;
- 3) Kesesuaian keberadaan lokasi dan jumlah pusat Layanan Purna Jual;
- 4) Ketersediaan suku cadang; dan
- 5) Penggantian Barang sejenis selama masa jaminan yang diperjanjikan.

Berdasarkan Pasal 23 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar menjelaskan objek pengawasan terhadap jasa dalam memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau diperjanjikan berupa:<sup>35</sup>

- 1) Dokumen, iklan, leaflet, brosur, keterangan atau media lainnya yang berisi jaminan/garansi; dan
- 2) Pemanfaatan Jasa.

Berdasarkan Pasal 29 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar menjelaskan objek pelaksanaan pengawasan pengiklanan dilakukan terhadap iklan barang beredar dan/atau jasa di:<sup>36</sup>

- 1) Media cetak;
- 2) Media elektronok;
- 3) Media sosial;
- 4) Media luar ruang; dan

---

<sup>35</sup> Pasal 23 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar

<sup>36</sup> Pasal 29 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar

## 5) Media lainnya.

Berdasarkan Pasal 32 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar menjelaskan objek pengawasan terhadap dokumen dan/atau perjanjian yang memuat klausula baku berupa:<sup>37</sup>

- 1) Pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
- 2) Penolakan penyerahan kembali Barang yang telah dibeli oleh Konsumen;
- 3) Penolakan penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas Barang Beredar dan/atau Jasa yang telah dibeli oleh Konsumen;
- 4) Pemberian kuasa dari Konsumen kepada Pelaku Usaha, secara langsung atau tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan Barang yang dibeli oleh Konsumen secara angsuran;
- 5) Pembuktian atas hilangnya kegunaan Barang atau pemanfaatan Jasa yang dibeli oleh Konsumen;
- 6) Hak kepada Pelaku Usaha untuk mengurangi manfaat Jasa atau mengurangi harta kekayaan Konsumen yang menjadi obyek jual beli Jasa;
- 7) Tunduknya Konsumen kepada peraturan yang berupa aturan barn, tambahan, lanjutan, dan/atau pengubahan lanjutan yang

---

<sup>37</sup> Pasal 32 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar

dibuat sepihak oleh Pelaku Usaha dalam masa Konsumen memanfaatkan Jasa yang dibelinya;

- 8) Pemberian kuasa Konsumen kepada Pelaku Usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap Barang yang dibeli oleh Konsumen secara angsuran;
- 9) Letak atau bentuk Klausula Baku yang sulit terlihat, tidak dapat dibaca secara jelas; atau
- 10) Pengungkapan dengan menggunakan istilah, tanda, atau bahasa yang sulit dimengerti oleh Konsumen.

## 2. Perlindungan Konsumen

### a. Pengertian perlindungan konsumen

Hukum perlindungan konsumen adalah tindakan yang dilakukan untuk memberikan kepastian hukum untuk melindungi konsumen,<sup>38</sup> sedangkan berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pengertian perlindungan konsumen adalah upaya yang dilakukan untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan rasa aman bagi konsumen dan meningkatkan kesadaran rasa tanggung jawab konsumen dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Dalam Undang-Undang ini menekankan pentingnya masyarakat dalam memahami hak dan kewajiban mereka terhadap pelaku usaha

---

<sup>38</sup> Nanang Nugragha, *Perlindungan Konsumen Era Digital* (Bandung-Jatinangor:Alqaprint, 2023).1-2

dengan tujuan agar konsumen lebih proaktif dalam melindungi diri sendiri.<sup>39</sup>

Adapun pengertian perlindungan konsumen menurut beberapa ahli, salah satunya adalah Az. Nasution menjelaskan hukum perlindungan konsumen adalah kaidah yang mengatur tentang kepentingan konsumen, lalu menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia perlindungan konsumen adalah semua kaidah dan asas yang mengatur tentang konsumen dalam melakukan hubungan jual beli antara penyedia barang dan pembeli di kehidupan masyarakat, dan juga menurut Inosentius Samsul perlindungan konsumen adalah semua peraturan perundang-undangan maupun putusan hakim yang pokok isinya mengatur tentang kepentingan konsumen.<sup>40</sup>

b. Hak dan kewajiban konsumen

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Hak konsumen dalam perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:<sup>41</sup>

- 1) Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan: konsumen berhak atas rasa aman, nyaman, dan selamat selama mengkonsumsi barang dan atau jasa yang ditawarkan di masyarakat;

---

<sup>39</sup> Retno Dewi, *Penyelesaian Sengketa Konsumen dari Prespektif Hukum Perlindungan Konsumen* (Ruang Karya Bersama, 2024).30

<sup>40</sup> Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen : Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah* (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2020).39-41

<sup>41</sup> Pasal 4 Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- 2) Hak memilih barang dan atau jasa: konsumen mempunyai hak atas memilih barang dan atau jasa sesuai dengan keinginan, harga, jaminan yang ditawarkan;
- 3) Hak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur: untuk menentukan pilihannya sebelum membuat keputusan konsumen mempunyai hak mendapatkan informasi yang valid dan jelas tentang jaminan barang dan atau jasa yang ditawarkan;
- 4) Hak didengar pendapat dan keluhannya: konsumen mempunyai hak untuk menyampaikan penilainya terhadap barang atau jasa, dan harus mendapatkan tanggapan yang sesuai dari pihak produsen maupun penyedia jasa;
- 5) Hak mendapatkan advokasi, perlindungan, dan penyelesaian sengketa: konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan bantuan hukum untuk upaya penyelesaian sengketa;
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen: untuk menjadikan konsumen yang lebih cerdas maka diperlukanya pembinaan dan penyuluhan terkait hak-hak konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan tanpa adanya dekriminatif: konsumen mempunyai hak untuk dilayani dengan baik dan benar tanpa adanya deskriminatif oleh produsen atau penyedia jasa;
- 8) Hak mendapatkan kompensasi dan ganti rugi: apabila ada barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai perjanjian maka

konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan kompensasi ataupun ganti rugi;

- 9) Hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan: konsumen mempunyai hak-hak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang sedang berlaku.<sup>42</sup>

Selain hak-hak konsumen yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan, adapun kewajiban konsumen yang telah diatur sebagai berikut:

- 1) Untuk menjamin keamanan konsumen harus membaca atau mengikuti petunjuk penggunaan atau pemanfaatan barang dan atau jasa.
- 2) Mempunyai i'tikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum secara patut dalam sengketa perlindungan konsumen.<sup>43</sup>

c. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum yang melakukan kegiatan usaha di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia, maupun bersama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan

---

<sup>42</sup> Retno Dewi, *Penyelesaian Sengketa Konsumen dari Prespektif Hukum Perlindungan Konsumen*, 1 (Kalimantan Selatan:Ruang Karya, 2024).23-26

<sup>43</sup> Jaka Asmara dkk., *Hukum Perlindungan Konsumen : Perjanjian Jual Beli Mystery Box pada Marketplace*, 1 ed. (Malang:CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022).

usaha dalam bidang ekonomi,<sup>44</sup> sedangkan berdasarkan Pasal 1 angka (3) Undang-Undang perlindungan konsumen pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan wilayah hukum Negara Republik Indonesia baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi. Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dimaksud dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain lain.<sup>45</sup>

d. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hak pelaku usaha adalah sebagai berikut:<sup>46</sup>

- 1) Hak menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan dan nilai tukar yang diperdagangkan;
- 2) Hak mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik;
- 3) Hak melakukan pembelaan diri dengan baik dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Mendapatkan hak-hak yang sudah diatur dalam ketentuan peraturan yang lainnya.

---

<sup>44</sup> Nugragha, *Perlindungan Konsumen Era Digital*. 47

<sup>45</sup> Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen : Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. 59-60

<sup>46</sup> Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Selain hak pelaku usaha yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Adapun kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:<sup>47</sup>

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan atau jasa, serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan, barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

---

<sup>47</sup> Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

7) Memberi kompensasi ganti rugi apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.<sup>48</sup>

### 3. Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

#### a. Pengertian Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) adalah salah satu bentuk perkembangan dibidang Ekonomi yang muncul beriringan dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi di era digital. PMSE menjadi salah satu sarana dalam mendorong kemudahan dalam bertransaksi, memperbesar jangkauan pasar, dan menciptakan sistem bisnis modern dengan berbasis digital. PMSE diatur secara tegas didalam Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, peraturan ini menegaskan bahwa setiap pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya secara online maka wajib memenuhi ketentuan hukum terkait perizinan, perlindungan data pribadi, mekanisme transaksi, serta bertanggungjawab atas produk yang di perjual-belikan<sup>49</sup>.

Berdasarkan Pasal 1 angka (2) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik adalah perdagangan yang transaksinya melalui serangkaian

---

<sup>48</sup> Asmara dkk., *Hukum Perlindungan Konsumen : Perjanjian Jual Beli Mystery Box pada Marketplace*. 41-42

<sup>49</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik :Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*, II (Bandung:Nusa Media, 2019). 19

perangkat dan prosedur elektronik. Perdagangan melalui sistem elektronik ini adalah berupa platform shopee, tokopedia, lazada, blibli, dan lain-lain yang menjadi perantara antara pelaku usaha dan konsumen. Sedangkan, secara yuridis PMSE adalah kegiatan jual beli barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik seperti jaringan internet, aplikasi, atau platform digital yang digunakan sebagai fasilitas pertemuan antara penjual dan pembeli tanpa adanya kontak fisik secara langsung.<sup>50</sup>

b. Kewajiban Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Kewajiban pelaku usaha dalam penyelenggaraan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) merupakan salah satu aspek penting dalam mewujudkan transaksi elektronik yang aman, adil, dan transparan. Berdasarkan Pasal 13 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Elektronik menyebutkan bahwasanya pelaku usaha yang memperjual belikan barang dan atau/jasa melalui media elektronik harus memberikan deskripsi yang lengkap dan benar terkait syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan, namun sampai saat ini masih ada beberapa pelaku usaha yang merugikan konsumen.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital* (Surakarta:CV. Pustaka Bengawan, 2017).60

<sup>51</sup> Nugrahaningsih dan Erlinawati, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital*.61-62

Ketentuan mengenai kewajiban pelaku usaha dalam transaksi digital ini diatur dalam Pasal 20 sampai dengan pasal 27 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)<sup>52</sup>. Adapun kewajiban pelaku usaha akan dijelaskan secara ringkas sebagai berikut:

- 1) Memenuhi persyaratan umum sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku berupa izin usaha, izin teknis, tanda daftar perusahaan, nomor pokok wajib pajak, dan standarisasi produk barang dan/atau jasa.
- 2) PMSE dalam maupun luar negeri wajib mengutamakan menggunakan nama domain tingkat tinggi Indonesia (.id) bagi sistem elektronik yang berbentuk situs internet, mengutamakan menggunakan alamat protokol internet (*IP Address*) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, melakukan pendaftaran sistem elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, memenuhi ketentuan persyaratan teknis yang ditetapkan oleh instansi terkait dan memperoleh sertifikat keandalan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, menyampaikan data dan/atau informasi secara berkala kepada Badan Pusat Statistik, dan mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan sektoral lain yang terkait dengan perizinan kegiatan usaha PMSE Sedangkan bagi penyedia sarana perantara yang

---

<sup>52</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik: Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*.

bukan merupakan pihak yang mendapatkan manfaat (*beneficiary*) secara langsung dari transaksi atau tidak terlibat langsung dalam hubungan kontraktual para pihak yang melakukan PMSE.

- 3) Membantu program pemerintah dengan cara mengutamakan perdagangan barang dan/atau jasa hasil produksi dari dalam negeri dan meningkatkan daya saing dan memberikan fasilitas promosi barang dan/atau jasa hasil produksi dalam Negeri.
- 4) Untuk mencegah adanya konten informasi elektronik yang ilegal PMSE harus mengemukakan syarat penggunaan atau perjanjian lisensi kepada penggunanya agar memanfaatkan sesuai dengan ketentuan peraturan dan menyediakan sarana kontrol teknologi dan/atau sarana sebagai sarana aduan masyarakat terhadap konten informasi ilegal.
- 5) Untuk menjaga sistem keamanan yang aman, andal, dan membangun kepercayaan masyarakat PMSE wajib memberikan sistem keamanan baik dari sistem keamanan komputer, maupun saluran komunikasi yang digunakan.
- 6) PPMSE wajib menyimpan data dan informasi terkait transaksi keuangan dalam jangka waktu paling singkat 10 tahun sejak data dan informasi diperoleh. Data yang tidak berkaitan dengan transaksi keuangan jangka paling singkat 5 tahun sejak data dan informasi diterima.

- 7) Melindungi hak konsumen dan mematuhi ketentuan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- 8) Pelaku usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen. Layanan tersebut berupa alamat dan nomor kontak pengaduan, prosedur pengaduan konsumen, mekanisme tindak lanjut pengaduan, petugas yang kompeten dalam memproses pengaduan, dan jangka waktu penyelesaian pengaduan.<sup>53</sup>

c. Pengawasan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Pengawasan terhadap kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) adalah salah satu bentuk pengawasan secara ekstern yang mana kerjasama antara lembaga atau beberapa instansi sesuai dengan kewenangannya. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 21 Tahun 2023 tentang perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik kementerian perdagangan bertanggung jawab atas kebijakan perdagangan, perizinan, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha, sedangkan kementerian Komunikasi dan Informatika bertugas mengawasi aspek teknis penyelenggaraan

---

<sup>53</sup> Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019, Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 20-27 (2019), <https://peraturan.bpk.go.id/Details/126143/pp-no-80-tahun-2019>.

sistem elektronik dan pendaftaran Perdagangan Melalui Sistem Elektronik<sup>54</sup>.

Berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 yang mengatur tentang prinsip-prinsip terkait bisnis di internet. Dalam regulasi ini memberikan jaminan hukum dan juga pemahaman mengenai pengaruh Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), dan memberikan keamanan kepastian hukum bagi pedagang, penyelenggara PMSE, dan konsumen. Pelaku usaha dilarang menukarkan produk dengan produk lain yang tidak sesuai dengan informasi produk yang sudah tertera.<sup>55</sup>

Berdasarkan Peraturan Presiden No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menjelaskan dalam melaksanakan pengawasannya di bidang perdagangan menteri mengutamakan perlindungan dan pengamanan kepentingan nasional dari pada dampak negatif PMSE yang berasal dari luar Negeri.

---

<sup>54</sup> Supriati dkk., *Digital Marketing dan e-Commerce* (Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang di Indonesia, 2022).26-27

<sup>55</sup> Rato Dominkus, *Filsafat Hukum: Mencari, Menemukan, dan Memahami Hukum* (Surabaya:LaksBang Yustisia, 2010).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Peneliti dalam menulis penelitian ini menggunakan jenis penelitian Yuridis-Empiris yang berarti mengkaji dan menganalisis peristiwa dan peraturan yang berlaku sesuai dengan ketentuan UPT Perlindungan Konsumen terkait pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode Yuridis-Empiris dikarenakan menemui permasalahan tentang pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di platform *e-commerce* berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 36 Tahun 2018 tentang pelaksanaan pengawasan perdagangan.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan penulis untuk mengkaji adalah pendekatan yuridis-sosiologis. Pendekatan ini bertujuan untuk menelaah hukum dalam kehidupan di masyarakat dengan acuan peraturan perundang-undangan yang dijalankan oleh lembaga.<sup>56</sup> Pendekatan Yuridis-sosiologis digunakan sebagai pendekatan peneliti karena untuk meninjau bagaimana wewenang UPT Perlindungan Konsumen dalam mengawasi peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.

#### **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang digunakan Peneliti berada di Kota Malang yang bertempat di UPT Perlindungan Konsumen Malang yang berlokasi di Jl.

---

<sup>56</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, 1 ed., vol. 12 (Jakarta: Sinar Grafik, 2022). 105

Aries Munandar No.24, Kiduldalem, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65119. Lokasi penelitian di UPT Perlindungan Konsumen karena lembaga tersebut memiliki wewenang dalam melakukan pengawasan peredaran barang sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar yang menjelaskan bahwa UPT Perlindungan Konsumen yang bertanggung jawab melakukan inspeksi, uji coba produk, dan yang menangani pengaduan terkait barang yang beredar.

Dalam penelitian ini, pengawasan yang diteliti lebih berfokus pada peredaran *repack* susu bubuk yang diperdagangkan melalui platform *e-commerce*, Adapun platform tersebut yang menjadi objek penelitian dibatasi pada TikTok Shop, Lazada, dan Tokopedia. Karena, ketiga platform tersebut merupakan salah satu marketplace yang banyak digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen, serta ditemukannya adanya penjualan produk *repack* susu bubuk berdasarkan hasil observasi.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dalam dua sumber, yaitu sebagai berikut<sup>57</sup>:

##### **1. Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yang diperoleh melalui wawancara dan observasi dengan pihak yang bersangkutan dalam melakukan pengawasan pangan, khususnya di

---

<sup>57</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram:Mataram University Press, 2020). 89

UPT Perlindungan Konsumen Malang.<sup>58</sup> Penelitian ini melakukan wawancara dengan pejabat atau staff yang berwenang di UPT Perlindungan Konsumen Malang salah satunya dengan Bapak Dhiska Kurniawan selaku salah satu staff dibidang pengawasan di lembaga tersebut.

## 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui literatur seperti, *e-book*, buku, maupun jurnal penelitian tentang hukum perlindungan konsumen yang dapat digunakan sebagai rujukan hukum peneliti yang diteliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan sumber data skunder yang diperoleh melalui buku-buku, jurnal penelitian, makalah ilmiah, maupun peraturan perundang-undangan<sup>59</sup>.

Dalam penelitian ini, peraturan perundang-undangan yang digunakan adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa, Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2011 tentang Barang dalam Keadaan Terbungkus (BDKT), Peraturam Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 Tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian

---

<sup>58</sup> Mukti Fajar dan Achmad Yulianto, *Dualisme Penelitian Hukum Empiris & Normatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010). 163

<sup>59</sup> Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Depok: Raja Grafindo, 2018). 30

Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data adalah dengan cara sebagai berikut:

##### **1. Wawancara**

Metode wawancara adalah bertemunya antara narasumber dengan pewawancara untuk mendapatkan suatu informasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara semi-terstruktur dengan cara pewawancara sudah menyiapkan topik dan daftar pertanyaan sebelum melakukan wawancara, namun memberikan ruang narasumber untuk menjelaskan dengan lebih luas.<sup>60</sup>

Tujuan wawancara ini adalah untuk mendapatkan terkait Wewenang UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan terhadap produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*, kendala dan hambatan yang dialami UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan di era digital agar dapat memperkuat perlindungan konsumen di perdagangan digital.

##### **2. Metode Dokumentasi**

---

<sup>60</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*. 95

Metode dokumentasi adalah analisis informasi yang berasal dari dokumentasi tertulis, arsip, maupun catatan resmi yang relevan dengan objek penelitian untuk melengkapi data.<sup>61</sup> Dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dengan cara mengumpulkan data yang berkaitan dengan lembaga UPT Perlindungan Konsumen Malang.

#### **F. Metode Pengolahan Data**

Setelah mendapatkan data melalui wawancara dan dokumentasi data tersebut akan diolah dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Data (*editing*)

*Editing* adalah peneliti harus memeriksa kembali hasil wawancara dengan informan, memilih dokumentasi, dan dokumen-dokumen dengan tujuan memperbaiki kata atau kalimat yang tidak penting agar tersusun rapi dan terstruktur sesuai dengan pedoman kepenulisan.<sup>62</sup>

2. Klasifikasi Data (*Clasifying*)

Klasifikasi data adalah pengelompokan hasil wawancara dan dokumentasi tersebut menjadi beberapa kelompok untuk

---

<sup>61</sup> Frank Fischer dkk., *Metode Kualitatif-Interpretif dan Penelitian Kualitatif dalam Kebijakan Publik*, diterjemahkan oleh Imam Baihaqi (Bandung: Nusa Media, 2021). 21

<sup>62</sup> Amiruddin dan Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. 82

mempermudah dan memahami sesuai dengan rumusan masalah pada penelitian.<sup>63</sup>

### 3. Verifikasi (*Verifying*)

Verifikasi data adalah pengecekan kembali pada data yang terkumpul untuk mendapatkan data yang valid dan mempermudah menganalisis data yang sudah diperoleh.<sup>64</sup>

### 4. Analisis (*Analyzing*)

Menelaah dan mengolah hasil yang didapatkan dengan teori dari hasil wawancara dan dokumentasi. Peneliti pada tahap ini menganalisis data yang berasal dari pihak UPT Perlindungan Konsumen Malang terkait pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*.<sup>65</sup>

### 5. Kesimpulan (*Concluding*)

Kesimpulan adalah tahap akhir dalam analisis permasalahan yang ada dilapangan. Peneliti mengambil kesimpulan dari hasil data wawancara maupun dokumen dari pihak UPT Perlindungan Konsumen Malang.

---

<sup>63</sup> Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011).240

<sup>64</sup> Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*.240

<sup>65</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*.102

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Studi Lokasi

Berdasarkan Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur pada Bab X Pasal 42 menjelaskan tugas dan fungsi UPT Perlindungan konsumen adalah unit yang melaksanakan kegiatan teknis operasional dan/atau kegiatan teknis penunjang tertentu. Lembaga ini berlokasi di Jl. Aries Munandar No. 24 Kiduldalem, Kec. Klojen, Kota Malang.<sup>66</sup>

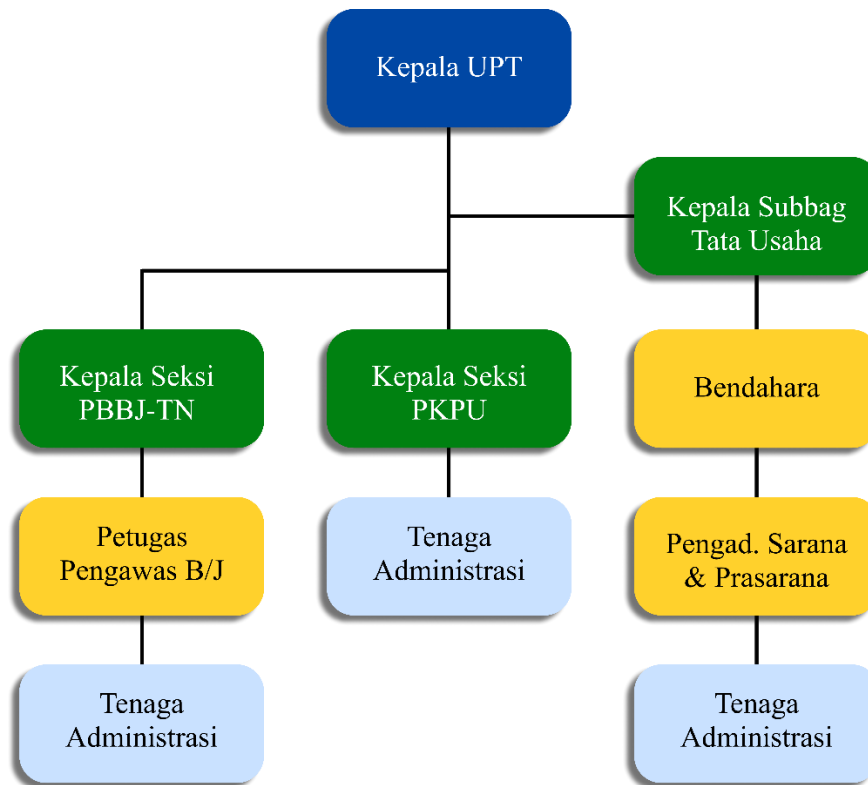
UPT Perlindungan Konsumen memiliki wewenang untuk melakukan pengawasan barang beredar, pengujian laboratorium, memberikan edukasi kepada konsumen, dan menerima aduan masyarakat terkait adanya pelanggaran perlindungan konsumen. Wewenang tersebut sudah diatur dalam Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 dan juga Peraturan Menteri Perdagangan No. 28 Tahun 2025 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis.

Seiring dengan berkembangnya perdagangan di era digital, wewenang UPT Perlindungan Konsumen tidak hanya mengawasi pada pasar konvensional secara langsung, namun juga melakukan pengawasan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), termasuk

---

<sup>66</sup> Pasal 42 Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan, Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, Provinsi Jawa Timur (2018), <https://peraturan.bpk.go.id/>.

menindaklanjuti temuan terkait peredaran produk ilegal seperti *repack* susu bubuk yang marak dijual di platform *e-commerce*.



**Gambar 1.1**

### **Struktur Organisasi UPT Perlindungan Konsumen Malang**

Berdasarkan Pasal 47 Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksanaan Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur menjelaskan<sup>67</sup> :

(1) Sub Bagian Tata Usaha, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 44 ayat (1) huruf a mempunyai tugas:

<sup>67</sup> Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan, Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksasan Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, Provinsi Jawa Timur § Pasal 47 (2018), <https://peraturan.bpk.go.id/>.

- a. Melaksanakan pengelolaan dan pelayanan administrasi umum;
- b. Melaksanakan pengelolaan administrasi kepegawaian ;
- c. Melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan;
- d. Melaksanakan pengelolaan administrasi perlengkapan dan peralatan kantor;
- e. Melaksanakan kegiatan hubungan masyarakat;
- f. Melaksanakan pengelolaan urusan rumah tangga;
- g. Melaksanakan pengelolaan penyusunan progam dan anggaran;
- h. Melaksanakan pengolaan kearsipan UPT;
- i. Melaksanakan monitoring dan evaluasi organisasi tatalaksana; dan
- j. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala UPT.

(2) Seksi pengawasan Barang Beredar, Jasa dan Tertib Niaga sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 44 ayat (1) huruf b mempunyai tugas :

- a. Menyusun perencanaan kegiatan Seksi Pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga;
- b. Melaksanakan pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga;
- c. Melaksanakan tindak lanjut hasil pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga;
- d. Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan, dan;
- e. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPT.

(3) Seksi Pemberdayaan Konsumen dan Pelaku Usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 ayat (1) huruf c mempunyai tugas :

- a. Menyusun perencanaan kegiatan Seksi Pemberdayaan Konsumen dan Pelaku Usaha;

- b. Melaksanakan pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha;
- c. Melaksanakan fasilitasi penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK Surabaya, Malang, Bojonegoro, Jember dan Kediri;
- d. Memberikan dukungan teknis pengembangan perlindungan, pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha;
- e. Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan; dan
- f. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala UPT.

Tugas dan Tujuan UPT Perlindungan Konsumen Malang adalah sebagai berikut:<sup>68</sup>

1. Tugas UPT Perlindungan Konsumen Malang
  - a. Lembaga yang mengawasi barang beredar, jasa, dan Tertib Niaga di pasar dan tempat penyimpanan, serta menindaklanjuti hasil pengawasan perlindungan konsumen;
  - b. Pelaksanaan pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha;
  - c. Pelaksana pelatihan dan pengembangan pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha; dan
  - d. Pengkoordinasian dan pemberian pelayanan ketatausahaan, pengawasan barang beredar, jasa dan tertib niaga, serta pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha.
2. Tujuan UPT Perlindungan Malang
  - a. Melindungi konsumen terhadap akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi aspek keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan;

---

<sup>68</sup> UPT Perlindungan Konsumen Malang, *Profil UPT Perlindungan Konsumen Malang* (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, 2025).

- b. Menumbuhkan kesadaran masyarakat sebagai konsumen akan hak dan kewajibanya dalam memperoleh barang dan/atau jasa yang beredar dipasar;
- c. Menumbuhkan pelaku usaha agar bersifat jujur, tangguh, dan bertanggung jawab sesuai dengan hak dan kewajibanya;
- d. Melindungi industri dalam negeri serta mendorong terciptanya iklim usaha yang kuat.

Pembagian wilayah kerja UPT Perlindungan Konsumen Malang berdasarkan Pasal 8 Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas Dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksanaan Teknis Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur dibagi menjadi 8 wilayah sebagai berikut:<sup>69</sup>

1. Kabupaten Malang
2. Kota Malang
3. Kota Batu
4. Kabupaten Pasuruan
5. Kota Pasuruan
6. Kabupaten Blitar
7. Kabupaten Tulungagung

---

<sup>69</sup> Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan, Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksasan Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, Provinsi Jawa Timur § Pasal 48 (2018), <https://peraturan.bpk.go.id/>.

Dalam menjalankan tugasnya sebagai lembaga pengawasan adapun sasaran atau indikator yang menjadi pengawasan UPT Perlindungan Konsumen Malang meliputi:<sup>70</sup>

1. Pengawasan barang beredar dalam memenuhi standart;
2. Pengawasan barang beredar dalam memenuhi pencatuman label dalam bahasa Indonesia pada barang;
3. Pengawasan barang beredar dalam memenuhi kewajiban untuk melengkapi petunjuk penggunaan;
4. Pengawasan barang beredar dalam memenuhi kewajiban layanan purna jual;
5. Pengawasan barang beredar dalam memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan;
6. Pengawasan cara menjual;
7. Pengawasan pengiklanan;
8. Pengawasan klausula baku;
9. Pengawasan perizinan bidang perdagangan;
10. Pengawasan perdagangan barang barang yang diawasi, dilarang, dan/atau diatur;
11. Pengawasan distribusi
12. Pengawasan produk dalam negeri dan asal impor yang terkait dengan keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan hidup;
13. Pengawasan pemberlakuan SNI, persyaratan teknis, dan klasifikasi;
14. Pengawasan pendaftaran gudang;

---

<sup>70</sup> UPT Perlindungan Konsumen Malang, *Profil UPT Perlindungan Konsumen Malang*.

15. Pengawasan penyimpanan barang kebutuhan pokok dan/atau barang penting;
16. Pengawasan perdagangan melalui sistem elektronik.

## **B. Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Peredaran Produk *Repack* Susu Bubuk di *E-Commerce***

Dalam praktik perdagangan melalui sistem elektronik, setiap pelaku usaha yang ingin menjual produk di platform *e-commerce* diwajibkan terlebih dahulu melakukan pendaftaran akun toko pada platform yang bersangkutan. Salah satu platform yang digunakan adalah Tiktok Shop, Lazada, dan Tokopedia. Ketiga platform tersebut menyediakan fitur marketplace yang berfungsi sebagai tempat pelaku usaha memasarkan produknya kepada konsumen melalui sistem perdagangan elektronik.

Dalam proses pendaftaran toko pada platform *e-commerce*, pelaku usaha diwajibkan untuk memenuhi persyaratan yang sudah ditetapkan oleh masing-masing penyelenggara platform. Persyaratan tersebut pada umumnya meliputi pembuatan akun penjual, pengisian data identitas pelaku usaha, verifikasi nomor telepon, dan alamat surat elektronik, serta pencantuman informasi toko seperti nama toko, alamat usaha, dan rekening bank yang digunakan dalam transaksi. Selain itu, pelaku usaha diwajibkan mematuhi kebijakan dan standar penjualan yang sudah ditetapkan oleh platform, termasuk ketentuan produk yang boleh diperdagangkan.

Adapun syarat dan ketentuan pendaftaran pada beberapa platform *e-commerce* yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Tiktok Shop

- a. Pengguna memiliki akun TikTok yang aktif dan terdaftar pada aplikasi TikTok (bukan versi TikTok Lite).
- b. Pengguna berusia minimal 18 tahun.
- c. Akun TikTok memiliki jumlah pengikut minimal 2.000 followers.
- d. Akun TikTok memiliki aktivitas minimal 50 tayangan video dalam kurun waktu 28 hari terakhir.
- e. Melakukan verifikasi identitas dengan menggunakan dokumen resmi seperti kartu identitas (KTP) atau dokumen identitas lainnya.
- f. Mencantumkan informasi toko yang meliputi nama toko, alamat usaha, serta rekening bank yang digunakan dalam proses transaksi.
- g. Penjual wajib mematuhi kebijakan dan standar penjualan yang ditetapkan oleh platform, termasuk ketentuan mengenai produk yang diperbolehkan untuk diperdagangkan

Standar ketentuan yang dijelaskan dalam poin g yang dimaksud adalah melarang penjualan produk yang melanggar hak kekayaan intelektual, produk yang tidak memiliki izin edar, produk yang berpotensi membahayakan dan keselamatan konsumen, dan produk yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Tokopedia, "Syarat dan Ketentuan Verifikasi Toko," Tokopedia Seller Center, diakses 9 Maret 2026, Pukul 23.33 WIB, [https://sellerid.tokopedia.com/university/essay?knowledge\\_id=3834360122279696](https://sellerid.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=3834360122279696).

## 2. Lazada

- a. Membuat akun penjual melalui sistem Lazada Seller Center dengan menggunakan alamat email atau nomor telepon yang aktif.
- b. Melakukan verifikasi akun melalui kode verifikasi (OTP) yang dikirimkan oleh sistem Lazada.
- c. Melengkapi data identitas penjual, baik sebagai penjual perorangan maupun badan usaha.
- d. Menyertakan dokumen identitas seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP) bagi penjual perorangan atau izin usaha dan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi penjual berbentuk Perusahaan.
- e. Mencantumkan informasi rekening bank yang digunakan untuk menerima pembayaran hasil transaksi penjualan.
- f. Mengisi informasi toko seperti alamat usaha, alamat gudang, serta alamat pengembalian barang.
- g. Penjual wajib membaca dan menyetujui ketentuan layanan serta kebijakan penjual yang ditetapkan oleh platform Lazada sebelum dapat memulai aktivitas perdagangan,

Kebijakan yang dimaksud dalam poin g adalah yang mengatur standar penjualan produk yang diperdagangkan tidak melanggar peraturan perundang-undangan, tidak termasuk dalam kategori produk yang dilarang atau dibatasi, serta wajib memberikan informasi produk yang jelas dan akurat kepada konsumen.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup>Lazada, "Ketentuan Penjualan Produk di Lazada," Lazada Seller Center Help Center, diakses 9 Maret 2026, Pukul 23.35 WIB, <https://sellercenter.lazada.co.id/helpcenter/s/faq/knowledge?categoryId=1000028295&station=BuyerHelp&questionId=1000148986>

### 3. Tokopedia

- a. Penjual diwajibkan memiliki akun Tokopedia yang telah terdaftar pada sistem platform.
- b. Penjual melakukan proses verifikasi identitas dengan menggunakan dokumen identitas yang sah seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau dokumen identitas lainnya.
- c. Penjual melengkapi informasi data diri dan informasi toko yang meliputi nama toko, alamat usaha, serta informasi kontak yang dapat dihubungi.
- d. Penjual wajib menyetujui syarat dan ketentuan penggunaan layanan Tokopedia sebelum dapat menggunakan fitur penjualan pada platform.
- e. Penjual wajib mematuhi kebijakan dan ketentuan penjualan yang ditetapkan oleh platform Tokopedia, termasuk ketentuan mengenai produk yang diperbolehkan untuk diperdagangkan.<sup>73</sup>

Meskipun masing-masing platform e-commerce telah menetapkan berbagai persyaratan pendaftaran toko serta kebijakan penjualan produk, dalam praktiknya masih ditemukan pelanggaran dalam kegiatan perdagangan melalui platform tersebut. Peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperjual-belikan melalui platform *e-commerce* merupakan salah satu produk mudah ditemui baik di Tiktok Shop, Lazada, dan Tokopedia. *Repack* susu bubuk tersebut biasanya dikemas dalam bentuk kemasan bening plastik bening yang transparan dengan

---

<sup>73</sup> Tokopedia, "Syarat dan Ketentuan Verifikasi Toko," diakses 9 Maret 2026, Pukul 23:36 <https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-dan-ketentuan-verifikasi-toko>

memberikan label informasi seperti logo pada kemasan asli pabrik. Berdasarkan hasil penelusuran di platform *e-commerce* ditemukan beberapa susu bubuk bermerek yang dijual dengan kemasan ulang (*repack*) tanpa adanya kejelasan deskripsi produk seperti tidak ada nomor izin edar, informasi komposisi, tanggal kadaluarsa, dan lain-lain.

Hal tersebut seharusnya sesuai dengan Pasal 3 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/10/2011 tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus yang menjelaskan bahwasanya barang yang diperdagangkan dalam keadaan terbungkus wajib mencantumkan informasi yang jelas mengenai identitas produk, seperti nama barang, berat bersih, komposisi, serta keterangan lainnya yang diperlukan untuk memberikan informasi yang benar kepada konsumen.<sup>74</sup> Ketentuan tersebut bertujuan untuk memberikan kepastian tentang kualitas dan keamanan produk yang diperdagangkan serta melindungi konsumen dari informasi yang menyesatkan. Secara hukum, peredaran *repack* susu bubuk yang tidak sesuai dengan pelabelan tersebut menjadi dasar bagi Lembaga yang berwenang untuk melakukan pengawasan, penarikan barang dari peredaran, dan juga memberikan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan dan perlindungan konsumen.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Pasal 3 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/10/2011 tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus

<sup>75</sup> Anak Gunung Sagung Ngurah Indradewi, *Hukum Perlindungan Konsumen: Hubungan Konsumen, Produsen Asas, Tujuan, Aspek Hukum Perdata, Administrasi, Pidana* (Udayana University Press, 2020).Hal. 52

Selain ketentuan terkait pelabelan barang dalam keadaan terbungkus sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan, peredaran produk pangan seperti susu bubuk seharusnya juga memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Berdasarkan Pasal 5 Peraturan Badan Pangan dan Makanan No. 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, yaitu:

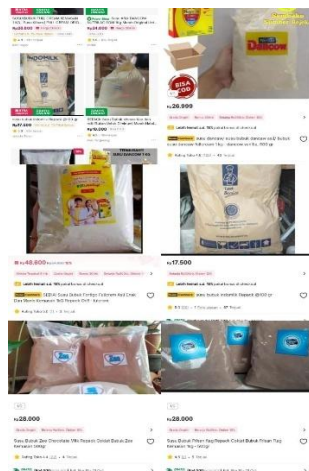
(1) Label sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 harus memuat keterangan paling sedikit mengenai:

- a. nama produk;
- b. daftar bahan yang digunakan;
- c. berat bersih atau isi bersih;
- d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
- e. halal bagi yang dipersyaratkan;
- f. tanggal dan kode produksi;
- g. keterangan kedaluwarsa;
- h. nomor izin edar; dan
- i. asal usul bahan Pangan tertentu.

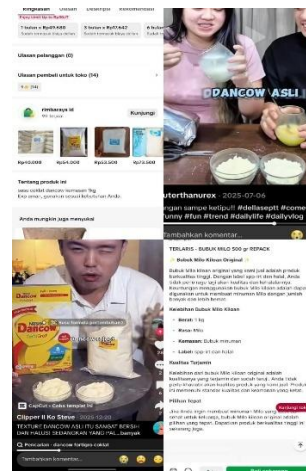
(2) Keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf c, huruf d, huruf e, huruf g, dan huruf h harus ditempatkan pada bagian Label yang paling mudah dilihat dan dibaca.

Dalam praktiknya, produk *repack* susu bubuk yang perjualbelikan melalui platform *e-commerce* sering kali tidak mencantumkan informasi sebagaimana yang disyaratkan dalam ketentuan tersebut. Ketentuan tersebut bertujuan untuk memberikan informasi yang benar

kepada konsumendan menjamin keamanan dan mutu pangan yang beredar di Masyarakat. Berdasarkan hasil penelusuran digital yang ada diplatform *e-commerce* terdapat beberapa kasus *repack* susu bubuk yang diperjualkan secara bebas, seperti:



**Gambar 1.2**  
**Repack Susu Bubuk**  
**(Dokumentasi Toko di Shopee,**  
**Tiktokshop, Tokopedia)**



**Gambar 1.3**  
**Perbandingan Susu Bubuk Asli**  
**dan Repack Susu Bubuk di e-**  
**Commerce**  
**(Dokumentasi Video Tiktok,**  
**2025)**



**Gambar 1.4**  
**Cek Lab kadar Gula Susu Bubuk asli dan Repack Susu Bubuk di**  
**e-commerce**  
**(Dokumentasi Video di Tiktok, 2025)**

Dalam konten tersebut membandingkan susu bubuk yang berasal dari kemasan resmi dengan produk *repack* susu bubuk yang dipasarkan di

platform *e-commerce* baik dari segi rasa, warna, tekstur. Selain membandingkan karakteristik fisik konten kreator tersebut juga melakukan uji laboratorium dengan hasil kandungan gula pada produk *repack* susu bubuk tersebut jauh lebih tinggi yang mana seharusnya kandungan gula sekitar 8 gram namun pada produk *repack* susu bubuk meningkat hingga 42%. Hal tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara karakteristik dan kandungan produk *repack* standart produk aslinya yang berpotensi menyebabkan kerugian bagi konsumen. Berdasarkan kandungan tersebut menunjukkan adanya indikasi bahwasanya produk *repack* susu bubuk yang beredar tidak dapat dipastikan keaslian, mutu, dan keamanan produk tersebut.<sup>76</sup>

Kondisi tersebut menunjukkan adanya pelanggaran terhadap hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menentukan bahwa konsumen memiliki beberapa hak, yaitu:<sup>77</sup>

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

---

<sup>76</sup> Kosteve, "Perbandingan Susu Bubuk Asli dan *Repak* Susu Bubuk", diunggah 28 September 2025, Diakses 10 Januari 2026, <https://vt.tiktok.com/ZS5q8qeaK/>.

<sup>77</sup> Amelia Rahmania dkk., "Hak dan Kewajiban Konsumen," *Interdisciplinary Explorations in Research Journal (IERJ)* 3, no. 3 (2025): 1118–25.

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhanya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e. Hak mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen'
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Setelah dianalisis lebih lanjut maka susu *repack* susu bubuk yang diperdagangkan di platform *e-commerce* ini tidak memenuhi hak konsumen pada Pasal 4 huruf a yang menjamin hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Selain itu, praktik penjualan *repack* susu bubuk di *e-commerce* juga melanggar Pasal 4 huruf b, yaitu hak konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Konsumen dalam transaksi *e-commerce* mengharapkan produk *repack* susu bubuk dengan kualitas dan kandungan yang sama dengan produk asli dari produsen resmi. Namun, kenyataannya produk yang diterima tidak sesuai

dengan jaminan yang diharapkan konsumen berdasarkan merk yang dicantumkan.<sup>78</sup>

Selanjutnya, penjualan *repack* susu bubuk di *e-commerce* juga melanggar Pasal 4 huruf c yang mana informasi yang disampaikan kepada konsumen masih belum jelas. Informasi yang dicantumkan dikemasan produk *repack* susu bubuk biasanya hanya memuat nama merk produk tertentu seperti Milo, Dancow, Frishnflagh, dan lain-lain tanpa disertai keterangan mengenai komposisi dan kandungan gizi. Tidak adanya informasi tersebut menyebabkan konsumen tidak memperoleh pengetahuan yang jelas terkait kondisi dan mutu produk yang dikonsumsi. Dalam hal ini konsumen berasumsi jika produk yang dibeli memiliki kandungan yang sama dengan produk susu bubuk yang asli dari produsen, padahal produk tersebut sudah mengalami proses pengemasan ulang tanpa adanya pengawasan standar mutu yang memadai.

Kondisi tersebut tidak hanya melanggar pada pemenuhan hak-hak konsumen, namun juga berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berisi tentang kewajiban pelaku usaha, yaitu:<sup>79</sup>

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

---

<sup>78</sup> Nugrahaningsih dan Erlinawati, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital*. Hal.25

<sup>79</sup> Triyana Syahfitri dan Wetría Fauzi, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Umkm Dalam Transaksi Online Guna Peningkatan Perekonomian Di Indonesia," *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 14, no. 1 (2025): 31–42, <https://doi.org/10.28946/rpt.v14i1.3922>.

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dengan adanya ketentuan pada Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka peredaran *repack* susu bubuk melalui *e-commerce* melanggar ketentuan Pasal 7 huruf b dan d, yang mana seharusnya pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi jaminan produk, jaminan mutu yang diperdagangkan sesuai dengan standart mutu yang berlaku untuk

pengemasan ulang (*repack*). Namun, pada pada *repack* susu bubuk yang diperjual-belikan di *e-commerce* masih belum sepenuhnya terpenuhi informasi tersebut. *Repack* susu bubuk hanya mencantumkan nama/merek tanpa disertai keterangan komposisi, kandungan gizi yang jelas.

Belum terpenuhinya kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang jelas berdampak pada mutu dan kesesuaian produk yang diterima konsumen, berdasarkan kondisi tersebut konsumen tidak memiliki informasi yang akurat tentang produk susu bubuk yang dibeli, yang seharusnya *repack* susu bubuk memiliki kandungan dan kualitas yang sesuai dengan produk asli dari produsen. Perbedaan kandungan, khususnya terkait kadar gula yang jauh lebih tinggi dari produk asli menunjukkan bahwa barang yang diperdagangkan tidak memenuhi standar mutu produk. Oleh karena itu, peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperjual-belikan di platform *e-commerce* dapat dinilai memenuhi unsur larangan memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan pasal 8 ayat (1) Undang Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi:<sup>80</sup>

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
  - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;

---

<sup>80</sup> Pasal 8 ayat (1) Undang Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;

- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud
  - (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
  - (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Dalam *repack* susu bubuk yang diperjual-belikan di platform *e-commerce* pelaku usaha berpotensi melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf a, huruf d, dan huruf i Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketidaksesuaian dengan Pasal 8 ayat (1) huruf a karena produk yang diperjual-belikan tidak sesuai dengan standar yang disyaratkan dalam peraturan perundang-undangan terkait pangan, khususnya terkait mutu, keamanan, dan informasi produk. Selain itu juga melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf d Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mana seharusnya pelaku usaha tidak memperjual-belikan barang yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana yang dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.

Selanjutnya, berdasarkan Pasal 8 ayat (1) huruf i No. 8 Undang-Undang Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang tidak memasang label/tidak memberikan penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat atau isi bersih, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang harusnya dipasang/atau dibuat. Dengan hal tersebut maka seharusnya peredaran produk *repack* susu bubuk melalui platform *e-commerce* tidak boleh diperdagangkan karena menimbulkan resiko bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan Pasal 8 ayat (4) Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan bahwa pelaku usaha yang melakukan pelanggaran sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut dan wajib menariknya dari peredaran.

Selain melanggar ketentuan dalam peraturan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperjual-belikan di *e-commerce* juga berkaitan dengan peraturan barang dalam keadaan terbungkus (BDKT) yang telah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/10/2011 tentang Barang dalam Keadaan Terbungkus. Berdasarkan Pasal 3 ayat 1 sampai 3 dijelaskan:<sup>81</sup>

- (1) Produsen, Importir, atau pengemas yang mengedarkan, menawarkan, memamerkan, atau menjual BDKT di wilayah Republik Indonesia,

---

<sup>81</sup> Pasal 3 Peraturan Menteri Perdagangan No. 31//M-DAG/PER/10/2011 tentang Barang dalam Keadaan Terbungkus

wajib mencantumkan label pada kemasan paling sedikit memuat mengenai:

- a. Nama barang;
- b. Kuantitas barang dalam satuan atau lambang satuan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- c. Nama serta alamat perusahaan

(2) Dalam hal produsen atau importir tidak melakukan pengemasan sendiri atas barang yang diproduksi atau yang diimpor, selain mencantumkan label sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) juga wajib mencantumkan nama dan alamat perusahaan yang melakukan pengemasan BDKT.

(3) Pengemas sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan perusahaan yang melakukan pengemasan atas barang yang bukan hasil produksi atau impor sendiri.

Berdasarkan peraturan tersebut maka bisa dipahami bahwa produsen, importir, ataupun pelaku usaha yang membungkus ulang (*repack*) susu bubuk yang diedarkan, ditawarkan, dipamerkan atau yang memperdagangkan mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab memberikan informasi dalam label produk yang akan mereka edarkan, tawarkan, pameran atau jual. Kewajiban tersebut bertujuan menjamin transparansi informasi terkait barang yang beredar. Namun, dalam lapangannya pencantuman label sesuai dengan ketentuan tersebut masih sering belum terpenuhi sehingga berpotensi menimbulkan resiko bagi konsumen.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwasanya peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperjual-belikan melalui platform *e-commerce* memerlukan pengawasan yang lebih oleh pemerintah, karena *repack* susu bubuk adalah barang yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat yang mempunyai resiko terhadap kesehatan dan keselamatan konsumen. Produk *repack* susu bubuk yang dikemas ulang tanpa pengawasan produsen resmi dan izin edar bisa menyebabkan menurunnya mutu produk, baik dari segi kualitas, keamanan, maupun kebersihan dan membahayakan konsumen.<sup>82</sup>

Pengawasan terhadap barang beredar secara normatif merupakan kewenangan yang sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dasar hukum yang digunakan dalam pengawasan barang beredar adalah Pasal 3 Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa. Gubernur mempunyai wewenang untuk melaksanakan pengawasan di wilayah kerjanya. Berdasarkan peraturan tersebut menjelaskan bahwa pengawasan yang dilakukan terhadap barang yang diperdagangkan di dalam negeri bertujuan untuk memastikan terpenuhinya standar, ketentuan label, perizinan, dan perlindungan konsumen. Pengawasan tersebut berlaku untuk seluruh barang yang beredar dimasyarakat baik secara konvensional maupun melalui perdagangan melalui sistem elektronik.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Aisyah Dinda Dwitami, "Akibat Hukum Peredaran Makanan Dan Minuman Olahan Ilegal Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen," *Justitia Et Pax, Jurnal Hukum* 41, no. 1 (2025): 131–57, <https://doi.org/10.24002/jep.v41i1.8385>.

<sup>83</sup> Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa, 69 Peraturan Menteri Perdagangan (2018).

Dalam melaksanakan pengawasan di atas, gubernur melimpahkan kepada beberapa Unit Pelaksana Teknis (UPT) melalui Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. Salah satunya adalah UPT Perlindungan Konsumen. Berdasarkan peraturan tersebut dijelaskan bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur bertugas menyelenggarakan peraturan pemerintah di bidang perdagangan termasuk perlindungan konsumen dan pengawasan barang beredar. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur mempunyai wewenang untuk berkoordinasi, mengendalikan, dan mengevaluasi pelaksanaan pengawasan barang beredar di Jawa Timur.<sup>84</sup>

Dalam menjalankan tugas pengawasan tersebut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur membentuk Unit Pelaksana Teknis (UPT) sebagai unit operasional daerah. UPT yang mempunyai tugas secara spesifik terkait dibidang pengawasan barang beredar dan perlindungan konsumen adalah UPT Perlindungan Konsumen yang secara struktural dibawah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur salah satu UPT yang ada di Jawa Timur adalah UPT Perlindungan Konsumen Malang. Dalam menjalankan tugasnya UPT Perlindungan Konsumen bertanggung jawab melakukan kegiatan

---

<sup>84</sup> Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, Peraturan Gubernur Jawa Timur (2018).

pengawasan, pembinaan, dan menerima pengaduan konsumen terhadap barang yang beredar di masyarakat.<sup>85</sup>

Pengawasan yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen meliputi pemenuhan standar dan persyaratan teknis barang, kewajiban pencatuman label dan petunjuk penggunaan dalam bahasa Indonesia, dan ketentuan lain yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan pengawasan barang beredar. Pelaksanaan pengawasan terhadap produk *repack* susu bubuk yang diperdagangkan melalui platform *e-commerce* dalam lapangannya belum dilakukan secara spesifik oleh UPT Perlindungan Konsumen Malang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dhiska Kurniawan selaku salah satu staff dibidangng pengawasan di UPT Perlindungan Konsumen Malang:

*“Pengawasan terkait barang beredar di pasar selama ini masih hanya berfokus pada pengawasan barang beredar secara umum, khususnya melalui secara konvensional ataupun langsung inspeksi lapangan di pasar, toko, gudang, dan penyimpanan barang. Untuk pengawasan secara langsung terkait produk repack susu bubuk yang diperjual-belikan di e-commerce masih belum pernah karena ada beberapa kendala salah satunya adalah karena pedagang melalui e-commerce bersifat sangat luas dan tidak terbatas wilayah. Pelaku usaha di e-commerce bisa melakukan kegiatan berusaha tanpa mendirikan tokoh fisik/lokasi usaha yang jelas. Lalu jika adanya dugaan pelanggaran UPT Perlindungan Konsumen hanya bisa memberikan surat peringatan melalui via elektronik kepada pelaku usaha. Namun biasanya pelaku usaha membuka toko lain dengan nama yang berbeda ataupun dengan mengganti nama tokonya pada platform e-commerce. Kondisi tersebut menunjukkan lemahnya pengawasan di ranah usaha digital karena UPT Perlindungan Konsumen juga tidak mempunyai wewenang langsung untuk menghapus/takedown akun penjual tersebut yang mengakibatkan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan produk repack susu bubuk di e-commerce ini sangat terbatas dan hanya mengandalkan koordinasi dengan KomDigi. Kondisi ini menunjukkan kalau pengawasan UPT Perlindungan*

---

<sup>85</sup> UPT Perlindungan Konsumen Malang, *Profil UPT Perlindungan Konsumen Malang*.

*Konsumen menghadapi beberapa kendala baik secara struktural dan kewenangnya yang belum optimal dalam perlindungan konsumen.”<sup>86</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengawasan produk *repack* susu bubuk yang di perdagangkan melalui platform *e-commerce* merupakan masuk dalam kewenangan pemerintah, khususnya UPT Perlindungan Konsumen. Namun, dalam prakteknya UPT Perlindungan Konsumen masih belum secara spesifik dan optimal, terutama dalam karena keterbatasan kewenangan, karakteristik perdagangan digital, dan luasnya jangkauan dalam *e-commerce*.

Dalam melakukan pengawasan terhadap peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperdagangkan diplatform *e-commerce* UPT Perlindungan Konsumen masih belum berjalan secara maksimal, karena adanya beberapa kendala. Baik kendala secara teknis maupun yuridis yang dapat mempengaruhi efektivitas pengawasan terhadap pelaku usaha diranah digital. Adapun kendala yang dihadapi UPT Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Keterbatasan kewenangan Yuridis dalam melakukan penindakan secara langsung

Kendala Yuridis yang dihadapi UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan diranah digital adalah karena adanya keterbatasan kewenangan pengawasan dalam melakukan penindakan terhadap pelaku usaha yang memperdagangkan produk *repack* susu bubu melalui platform *e-commerce*. Meskipun UPT Perlindungan

---

<sup>86</sup> Dhiska Kurniawan, Wawancara, (Malang, 14 Desember 2025)

Konsumen mempunyai wewenang pengawasan dan pembinaan, namun kewenangan tersebut belum mencakup penindakan secara administratif secara langsung di platform *e-commerce* seperti penghapusan produk digital/*takedwon* akun penjualan.

Kewenangan tersebut masih dalam wewenang pemerintah pusat, keterbatasan kewenangan tersebut berkaitan dengan isi Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, sehingga UPT Perlindungan Konsumen hanya dapat melakukan pengawasan dan berkoordinasi dengan instansi berwenang.

Jika dilihat dari Pasal 18 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dijelaskan bahwasanya:<sup>87</sup>

- (1) Dalam hal PMSE merugikan konsumen, konsumen dapat melaporkan kerugian yang diderita kepada Menteri
- (2) Pelaku Usaha yang dilaporkan oleh konsumen yang dirugikan harus menyelesaikan pelaporan sebagaimana yang dimaksud dalam pasal (1)
- (3) Pelaku Usaha yang tidak menyelesaikan pelaporan sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (2) dimasukkan ke dalam daftar prioritas pengawasan oleh Menteri.
- (4) Daftar prioritas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dapat diakses oleh publik

---

<sup>87</sup> Pasal 18 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

(5) Ketentuan lebih lanjut mengenai daftar prioritas pengawasan diatur dalam Peraturan Menteri

Sedangkan, berdasarkan 19 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dijelaskan:<sup>88</sup>

Menteri dapat mengupayakan pengeluaran pelaku usaha dari daftar prioritas pengawasan jika :

- a. Terdapat laporan kepuasan Konsumen;
- b. Terdapat bukti adanya penerapan perlindungan Konsumen secara patut; atau
- c. Telah memenuhi persyaratan dan ketentuan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan ketentuan Pasal 18 dan 19 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menunjukkan adanya kesenjangan dalam hal mekanisme pengaduan Konsumen dan tindak lanjut laporan tersebut yang berada dalam wewenang Menteri. Namun disisi lain, UPT Perlindungan Konsumen memiliki tugas pengawasan terhadap barang beredar termasuk yang diperdagangkan melalui platform *e-commerce*. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tugas pengawasan yang diberikan kepada UPT Perlindungan Konsumen dengan wewenang dalam melakukan tindakan administratif dalam perdagangan melalui sistem elektronik yang berakibat UPT Perlindungan Konsumen tidak dapat melakukan pengawasan secara maksimal dalam peredaran *repack* susu bubuk di

---

*e-commerce* karena UPT Perlindungan Konsumen tidak memiliki wewenang untuk melakukan *takedown* secara langsung pada platform *e-commerce*.

Dalam praktiknya UPT Perlindungan Konsumen tidak mempunyai kewenangan secara langsung untuk *takedown* konten pelaku usaha. Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam perdagangan melalui sistem elektronik hanya terbatas pada penerimaan pengaduan, pemberian pembinaan kepada pelaku usaha, serta penyampaian rekomendasi atau koordinasi dengan instansi berwenang. Keterbatasan wewenang tersebut juga tercermin pada saat melakukan pengawasan di lapangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dhiska Kurniawan selaku staff dibidang pengawasan UPT Perlindungan Konsumen menjelaskan:

*“Bahwa UPT Perlindungan Konsumen tidak memiliki wewenang dalam melakukan penutupan/penghapusan akun pelaku usaha di platform e-commerce. Tindakan yang bisa dilakukan UPT Perlindungan Konsumen pada umumnya hanya sebatas pemberian teguran berupa surat peringatan kepada pelaku usaha melalui sarana elektronik. Pengawasan terhadap peredaran produk repack susu bubuk di e-commerce biasanya bersifat reaktif, yang berarti harus aduan atau laporan terlebih dahulu dari pihak konsumen, selama belum ada laporan dari konsumen UPT Perlindungan Konsumen tidak bisa melakukan tindakan pengawasan secara langsung terhadap pelaku usaha di platform e-commerce.”*<sup>89</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwasanya UPT Perlindungan Konsumen mempunyai keterbatasan kewenangan dalam melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha di *e-commerce*, khususnya terkait penghapusan/*takedown* konten atau

---

<sup>89</sup> Dhiska Kurniawan, Wawancara, (Malang, 14 Desember 2025)

toko penjualan. Tindakan yang dapat dilakukan UPT Perlindungan Konsumen adalah hanya sebatas pemberian teguran atau surat peringatan melalui sarana elektronik.

b. Luasnya Ruang Lingkup Perdagangan Digital

Selain kendala yuridis, UPT Perlindungan Konsumen juga menghadapi kendala teknis dalam pengawasan produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*. Salah satu kendala teknis yang dihadapi adalah luasnya cakupan perdagangan digital yang mana pelaku usaha bisa mendirikan kegiatan perdagangan tanpa memiliki toko fisik dan dengan identitas yang berbeda antara KTP dan identitas alamat yang digunakan pada saat mendaftarkan akun di platform *e-commerce*. Hal ini menyulitkan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan penelusuran asal produk dan menentukan lokasi pelaku usaha secara pasti.<sup>90</sup>

Kendala teknis lainnya adalah dengan keterbatasannya sumber daya, baik dari dari sumber daya manusia maupun sarana pendukung dalam mengawasi di ranah digital. Pengawasan perdagangan melalui sistem elektronik menuntut adanya pengawasan secara terus-menerus terhadap berbagai platform *e-commerce* dengan pelaku usaha dan produk yang sangat besar. Sedangkan pelaksanaan pengawasan oleh UPT Perlindungan Konsumen masih lebih berfokus pada pengawasan barang beredar secara langsung/ konvensional. Hal tersebut

---

<sup>90</sup> Rosianna Evanesa Sihombing dan Made Gede Subha Karma Resen, “Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia (Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan),” *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora* 1, no. 6 (2024): 58–70, <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i6.539>.

menyebabkan belum terlaksanannya secara optimal pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperdagangkan di platform *e-commerce*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dhiska Kurniawan mengatakan:

*“Bahwasanya pengawasan UPT Perlindungan Konsumen mengalami keterbatasan tersebut yang menyebabkan UPT Perlindungan Konsumen lebih memprioritaskan pengawasan terhadap barang beredar di pasar konvensional, karena dipasar konvensionalpun masih sering ditemukan pelanggaran yang berpotensi merugikan konsumen.”*<sup>91</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce* berupa kendala teknis dan kendala yuridis. Kendala yuridis yang berupa keterbatasan wewenang UPT Perlindungan Konsumen dalam penindakannya secara langsung terhadap pelaku usaha di platform *e-commerce*, sedangkan kendala teknisnya berkaitan dengan luasnya perdagangan digital yang menyebabkan pengawasan terhadap produk *repack* susu bubuk di *e-commerce* belum berjalan secara maksimal.

### **C. Upaya UPT Perlindungan Konsumen dalam Meminimalisir Peredaran Produk *Repack* Susu Bubuk di *E-Commerce***

Berbagai kendala yang dihadapi UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan peredaran *repack* susu bubuk yang ada di Platform *e-commerce*. Kendala tersebut baik berupa kendala teknis

---

<sup>91</sup> Dhiska Kurniawan, Wawancara, (Malang, 14 Desember 2025)

maupun yuridis menyebabkan belum maksimalnya perlindungan konsumen di era digital sekarang, kondisi tersebut menuntut UPT Perlindungan Konsumen untuk meningkatkan upaya pengawasan yang disesuaikan dengan batas kewenangan yang ada di lapangan. Oleh karena itu, upaya yang akan dilakukan UPT Perlindungan Konsumen dalam mengatasi kendala pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce* adalah sebagai berikut :

1. Upaya yang dapat dilakukan menghadapi kendala yuridis keterbatasan kewenangan UPT Perlindungan Konsumen

Upaya UPT Perlindungan Konsumen dalam mengatasi kendala yuridis pada pengawasan *repack* susu bubuk di *e-commerce* pada umumnya berupa pengoptimalan kewenangan yang secara normatif yang telah diberikan kepada UPT Perlindungan Konsumen. Namun, kewenangan tersebut terbatas pada fungsi pengawasan, pelaporan, dan pembinaan tanpa memiliki kewenangan penindakan administratif secara langsung dalam ranah perdagangan digital. Hal tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tanggung jawab pengawasan yang diberikan kepada UPT Perlindungan Konsumen dengan kewenangan hukum untuk menindaklanjuti secara langsung temuan pelanggaran secara efektif.

Dalam pelaksanaannya upaya yang dilakukan UPT Perlindungan Konsumen adalah dengan menyampaikan laporan hasil pengawasan atas dugaan pelanggaran peredaran produk *repack* susu bubuk kepada instansi berwenang seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan

tingkat Jawa Timur. Koordinasi tersebut selaras dengan ketentuan mengenai kedudukan dan tata kerja UPT Perlindungan Konsumen sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, yang menempatkan UPT sebagai unit pelaksana teknis yang bertanggung jawab kepada Dinas.<sup>92</sup>

Meskipun mekanisme pelaporan dan koordinasi sudah dijalankan, namun keterbatasan wewenang UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan penindakan secara langsung diplatform *e-commerce* menyebabkan upaya pengawasan tidak dapat memberikan efek jera terhadap pelaku usaha karena proses penanganan pelanggaran tersebut harus melalui koordinasi berjenjang terhadap pelanggaran peredaran produk *repack* susu bubuk di *e-commerce* yang bersifat lambat dan kurang efektif. Hal tersebut terjadi karena UPT Perlindungan Konsumen tidak mempunyai dasar kewenangan hukum untuk melakukan tindakan secara langsung seperti penghapusan konten atau *takedown*.

Oleh karena itu, secara yuridis maka diperlukanya penguatan regulasi peraturan yang memberikan kewenangan tertentu kepada UPT Perlindungan Konsumen untuk melakukan tindakan

---

<sup>92</sup> Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur

administratif dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Penguatan kewenangan tersebut berupa pemberian kewenangan kepada UPT Perlindungan Konsumen untuk melakukan *takedown* konten atau toko yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen secara sementara berdasarkan hasil pengawasan. Kewenangan *takedown* yang bersifat sementara dan terbatas ini dilakukan sebagai langkah pencegahan awal untuk menghentikan peredaran *repack* susu bubuk yang berpotensi membahayakan konsumen dengan menunggu proses penindakan oleh Menteri sesuai dengan ketentuan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.<sup>93</sup>

Selain memberikan kewenangan untuk *takedown* sementara, penguatan regulasi terkait kewenangan untuk melakukan penelusuran dan pelacakan secara digital terhadap identitas dan lokasi pelaku usaha yang memperdagangkan produk *repack* susu bubuk melalui platform *e-commerce*. Pelacakan digital ini bertujuan agar bisa berkoordinasi antar lembaga yang berwenang baik UPT Perlindungan Konsumen di daerah lain, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten/Kota, maupun lembaga lainnya yang mempunyai wewenang di lokasi pelaku usaha. Oleh karena itu, penanganan pelanggaran tidak hanya berfokus pada tingkat pemerintah pusat, tetapi juga dapat dilakukan secara langsung oleh instansi daerah yang berwenang sesuai dengan wilayah hukum masing-masing.

---

<sup>93</sup> Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

UPT Perlindungan Konsumen berperan sebagai lembaga pengawasan yang melakukan pelacakan administratif dan koordinasi antar lembaga. Namun, tindakan terhadap pelaku usaha tetap dilakukan oleh instansi yang berwenang di wilayah pelaku usaha tersebut. Keadaan ini sejalan dengan hasil wawancara dengan staf UPT Perlindungan Konsumen Malang yang menyatakan:<sup>94</sup>

*“Pengawasan terhadap peredaran produk repack melalui platform e-commerce masih dilakukan melalui mekanisme pelaporan terkait produk yang melanggar kepada lembaga yang terkait secara berjenjang dari tingkat daerah sampai ke tingkat pusat. Panjangnya alur koordinasi tersebut berdampak pada keterbatasan tindak lanjut terhadap pelaku usaha yang melanggar, sehingga penanganan terhadap pelaku usaha yang melanggar belum dilakukan secara cepat dan menyeluruh”*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwasanya pengawasan yang dilakukan UPT Perlindungan Konsumen pada produk *repack* susu bubuk di *e-commerce* masih belum berjalan secara maksimal karena mekanis pelaporan dan koordinasinya masih melalui proses yang berjenjang dari tingkat daerah sampai tingkat pusat. Panjangnya alur tersebut menyebabkan lamanya tindak lanjut terhadap pelaku usaha yang melanggar, sehingga penanganan belum maksimal.

2. Upaya mengatasi kendala teknis dalam pengawasan peredaran produk *repack* susu bubuk di platform *e-commerce*

Dalam menghadapi kendala teknis pengawasan terhadap peredaran *repack* susu bubuk di platform *e-commerce* UPT

---

<sup>94</sup> Dhiska Kurniawan, Wawancara, (Malang, 06 Januari 2026)

Perlindungan Konsumen melakukan berbagai upaya. Faktor utama yang menyebabkan adanya kendala teknis dalam pengawasan adalah karena luasnya ruang lingkup perdagangan melalui sistem elektronik kondisi tersebut menyulitkan UPT Perlindungan Konsumen untuk menelusuri dan menentukan lokasi pelaku usaha secara pasti. Kendala tersebut antara lain berkaitan dengan keterbatasan identitas dan lokasi pelaku usaha. Hal tersebut menyebabkan pengawasan peredaran *repack* susu bubuk di *e-commerce* tidak bisa menggunakan mekanisme yang sama seperti pengawasan pada perdagangan konvensional.

Sebagai upaya penyesuaian terhadap keterbatasan tersebut, UPT Perlindungan Konsumen melakukan upaya pengawasan yang disesuaikan dengan kewenangan yang dimiliki, yaitu melakukan pengawasan barang beredar secara langsung. Pengawasan ini dilakukan dengan melakukan pemeriksaan secara langsung terkait pemeriksaan label, informasi produk, dan kelengkapan perizinan, ketentuan tersebut juga berlaku untuk barang yang diperdagangkan melalui sistem elektronik. Selain itu UPT Perlindungan Konsumen juga memberikan pembinaan kepada pelaku usaha agar memahami dan mematuhi peraturan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen dan pengawasan barang beredar.<sup>95</sup>

---

<sup>95</sup> Abdillah dkk., “Optimalisasi Pengawasan Barang Beredar Oleh UPT Perlindungan Konsumen Jember Untuk Meningkatkan Keamanan Konsumen Dan Kepatuhan Peraturan Bagi Pelaku Usaha.”

Selain melakukan pengawasan secara konvensional, UPT Perlindungan Konsumen juga melaksanakan pembinaan kepada Pelaku usaha agar mematuhi ketentuan Peraturan perundang-undangan dalam perlindungan konsumen dan pengawasan barang beredar. Pembinaan yang diberikan kepada pelaku usaha berupa pemahaman mencantumkan label, informasi produk, serta terpenuhinya perizinan khususnya dalam produk yang dikemas ulang (*repack*). Pembinaan tersebut merupakan salah satu upaya pengawasan preventif yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen untuk mencegah adanya potensi pelanggaran yang merugikan konsumen.

Upaya preventif lainnya yang dilakukan oleh UPT Perlindungan Konsumen adalah memberikan edukasi kepada konsumen atau biasa disebut “Koncer” Konsumen Cerdas. Kegiatan edukasi kepada konsumen ini bertujuan agar konsumen lebih cermat dan berhati-hati dalam melakukan pembelian produk di platform *e-commerce*, khususnya pada produk pangan *repack* susu bubuk. Dalam teori pengawasan, upaya preventif menjadi peran penting sebagai langkah awal untuk mencegah terjadinya pelanggaran sebelum menyebabkan kerugian terhadap konsumen.<sup>96</sup>Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dhiska Kurniawan selaku staf pada bidang pengawasan di UPT Perlindungan Konsumen Malang:<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> Soewarno dan Handayaniingrat, *Pengantar Studi Islam Administrasi dan Manajemen*, (Jakarta:PT. Gunung Agung, 1984). 144

<sup>97</sup> Dhiska Kurniawan, Wawancara, (Malang, 06 Januari 2026)

*“Pelaksanaan pengawasan terhadap produk repack susu bubuk saat ini masih difokuskan pada pengawasan barang beredar secara langsung, seperti pemeriksaan produk yang ditemukan secara fisik di pasar, toko, maupun tempat penyimpanan barang. Pengawasan tersebut hanya berfokus pada pengawasan langsung karena adanya keterbatasan teknis dan kewenangan dalam mengawasi peredaran produk repack susu bubuk yang diperdagangkan melalui platform e-commerce. Adapun upaya preventif yang dilakukan UPT Perlindungan Konsumen Malang adalah melakukan sosialisasi kepada beberapa sekolah SMA dan Kampus yang ada di Malang dengan tujuan meningkatkan kesadaran konsumen agar lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian diplatform e-commerce”*

Sejauh ini peran UPT Perlindungan Konsumen masih terbatas pada pengawasan barang beredar secara langsung dan menyampaikan laporan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur terkait dugaan pelanggaran yang ditemukan dalam peredaran di e-commerce. Hal tersebut menyebabkan proses penanganan pelanggaran menjadi kurang optimal karena tidak bisa ditindak lanjuti langsung harus menunggu dari pihak/instansi terkait.

Untuk memaksimalkan efektivitas pengawasan terhadap produk repack susu bubuk yang diperjual-belikan diplatform e-commerce maka seharusnya diperlukan verifikasi lebih ketat terhadap pendaftaran toko oleh pelaku usaha yang akan memperdagangkan produknya diplatform digital. Verifikasi tersebut meliputi identitas pelaku usaha, kejelasan alamat pelaku usaha harus sama dengan alamat asli dengan alamat yang digunakan pada saat mendaftar. Verifikasi pendaftaran yang lebih ketat merupakan salah satu upaya agar pengawasan terhadap peredaran repack susu bubuk di platform e-commerce agar bisa berjalan secara maksimal.

Verifikasi pendaftaran yang lebih ketat bertujuan untuk meminimalkan penyalahgunaan penjualan melalui platform *e-commerce* oleh pelaku usaha. Pelaku usaha yang tidak memenuhi persyaratan verifikasi maka lebih sulit untuk memperdagangkan produk *repack* susu bubuk yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen khususnya terkait keamanan, mutu, dan kejelasan informasi produk. Apabila identitas dan alamat pelaku usaha sudah terverifikasi dengan benar, maka UPT Perlindungan Konsumen bisa melakukan koordinasi antar lembaga di wilayah tempat pelaku usaha beroperasi dengan melakukan peneguran, pembinaan maupun pengawasan secara langsung terhadap pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran.

Kondisi tersebut mencerminkan realitas pengawasan yang terjadi dimasyarakat, yang mana pengawasan terhadap produk *repack* susu bubuk di *e-commerce* masih menghadapi berbagai keterbatasan. Meskipun UPT Perlindungan Konsumen sudah melakukan berbagai upaya pengawasan dan pembinaan, namun pengawasan tersebut belum berjalan secara maksimal. Untuk meningkatkan efektivitas pengawasan oleh UPT Perlindungan Konsumen.

## **BAB V**

### **PENUTUPAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian hasil pembahasan pada Bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa *pertama*, pengawasan terhadap peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperdagangkan melalui platform *e-commerce* secara normatif merupakan kewenangan pemerintah, khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan melalui UPT Perlindungan Konsumen, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa serta peraturan daerah terkait.

Namun dalam praktiknya, pengawasan tersebut masih menghadapi berbagai kendala, baik yuridis maupun teknis. Kendala yuridis berupa keterbatasan kewenangan UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan penindakan administratif secara langsung di ranah perdagangan digital, seperti penghapusan konten atau penutupan akun penjual di platform *e-commerce*, yang kewenangannya berada pada pemerintah pusat berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Selain itu, kendala teknis berupa luasnya ruang lingkup perdagangan digital, sulitnya penelusuran identitas dan lokasi pelaku usaha, serta keterbatasan sumber daya pengawasan menyebabkan pengawasan terhadap produk *repack* susu

bubuk di e-commerce masih lebih berfokus pada pengawasan barang beredar secara konvensional.

*Kedua*, dalam meminimalisir peredaran produk *repack* susu bubuk di e-commerce, UPT Perlindungan Konsumen telah melakukan berbagai upaya sesuai dengan kewenangan yang dimiliki, antara lain melalui pengawasan langsung terhadap barang beredar di lapangan, pemeriksaan pemenuhan standar, label, dan perizinan produk, pemberian pembinaan kepada pelaku usaha, serta edukasi kepada konsumen melalui program Konsumen Cerdas (Koncer). Selain itu, UPT Perlindungan Konsumen juga melakukan koordinasi dan pelaporan berjenjang kepada instansi yang berwenang atas dugaan pelanggaran yang ditemukan. Meskipun demikian, upaya tersebut masih bersifat preventif dan belum memberikan efek jera secara maksimal, sehingga diperlukan penguatan regulasi dan mekanisme pengawasan perdagangan digital agar perlindungan konsumen terhadap peredaran produk *repack* susu bubuk di platform e-commerce dapat terlaksana secara lebih efektif dengan cara memberikan kewenangan kepada UPT Perlindungan Konsumen untuk *takedown* konten atau penjualan secara langsung.

## **B. Saran**

1. Kepada UPT Perlindungan Konsumen disarankan untuk meningkatkan efektivitas pengawasan terhadap peredaran produk *repack* susu bubuk yang diperdagangkan melalui platform *e-commerce*. Selain itu, UPT Perlindungan Konsumen diharapkan dapat terus memaksimalkan kegiatan pembinaan dan edukasi kepada pelaku usaha dan konsumen

agar meningkatkan kepatuhan terhadap ketentuan perlindungan konsumen.

2. Pemerintah pusat dan Pemerintah Daerah disarankan untuk memberikan kewenangan kepada UPT Perlindungan Konsumen untuk memberikan akses digital secara langsung dalam pengawasan perdagangan melalui sistem elektronik, khususnya terkait penindakan terhadap pelaku usaha yang memperdagangkan produk *repack* susu bubuk yang tidak memenuhi ketentuan. Penguatan kewenangan tersebut penting agar pengawasan tidak hanya bersifat laporan, namun agar bisa ditindaklanjuti secara langsung dengan cepat dan efektif untuk melindungi konsumen.
3. Kepada pelaku usaha yang berdagang di platform *e-commerce*, diharapkan agar produk yang diperdagangkan telah melalui verifikasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pelaku usaha harus memastikan kejelasan asal usul produk, izin edar, dan informasi yang jelas di deskripsi toko di platform *e-commerce*. Selain itu, diharapkan pelaku usaha diharapkan secara aktif mengikuti dan mematuhi mekanisme verifikasi yang ditetapkan oleh platform *e-commerce* maupun instansi pemerintah terkait, sebagai bentuk tanggung jawab hukum dan upaya pencegahan terhadap peredaran produk yang berpotensi merugikan konsumen
4. Kepada Konsumen disarankan agar lebih cermat dan berhati-hati dalam memilih dan membeli pangan melalui platform *e-commerce* dengan memperhatikan deskripsi produk, izin edar, dan identitas pelaku usaha.

Konsumen juga diharapkan terlibat secara aktif dalam melaporkan kepada instansi terkait apabila menemukan produk yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan untuk mendukung upaya perlindungan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Nasrul Fuad, Dewi Farah Adiba, dan Sofiah. "Optimalisasi Pengawasan Barang Beredar Oleh Upt Perlindungan Konsumen Jember Untuk Meningkatkan Keamanan Konsumen Dan Kepatuhan Peraturan Bagi Pelaku Usaha." *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi* 4, no. 2 (2024): 01–13. <https://doi.org/10.51903/jupea.v4i2.2828>.
- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. 1 ed. Vol. 12. Jakarta: Sinar Grafik, 2022.
- Amiruddin, dan Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Depok: Raja Grafindo, 2018.
- Asmara, Jaka, Sugeng, dan Heru Siswanto. *Hukum Perlindungan Konsumen : Perjanjian Jual Beli Mystery Box pada Marketplace*. 1 ed. CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022.
- Bahran, Khaerul, Trubus Rahardiansah, dan Universitas Trisakti. "Analisis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Kasus Penipuan Marketplace di Indonesia." *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 6 (2025): 922–31.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hukum Transaksi Elektronik : Sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*. II. Nusa Media, 2019.
- Cahyadi, Amelia, Zainal Muttaqin, dan Anindya Saraswati Ardiwinata. *Hukum Pengawasan*. PT. Remaja Rosdakarya, 2023.
- Deski Bertolens Tungga, Thelma S.M Kadja, dan Heryanto Amalo. "Perlindungan Konsumen Dari Aspek Hukum Pidana Terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal: Studi Putusan Nomor 572/PID.SUS/2022/PN SMR." *Konstitusi : Jurnal Hukum, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2024): 136–45. <https://doi.org/10.62383/konstitusi.v2i1.398>.
- Dewi, Retno. *Penyelesaian Sengketa Konsumen dari Prespektif Hukum Perlindungan Konsumen*. 1. Ruang Karya, 2024.
- Dewi, Retno. *Penyelesaian Sengketa Konsumen dari Prespektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Ruang Karya Bersama, 2024.
- Direktorat Jendral Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. *Laporan Survey Indeks Keberdayaan Konsumen 2024*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2024. <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/storage/laporan/JZW8UCqWhpq59O64Tuu6stGk5PP5ErtAol7sN6lK.pdf>.

- Direktorat Siber Obat dan Makanan (16 Mei 2025). “Gelar Monitoring dan Evaluasi Takedown Konten Ilegal di E-Commerce Triwulan I 2025.” t.t. Diakses 9 September 2025. <https://siber.pom.go.id/berita/gelar-monitoring-dan-evaluasi-takedown-konten-ilegal-di-e-commerce-triwulan-i-2025>.
- Dominkus, Rato. *Filsafat Hukum: Mencari, Menemukan, dan Memahami Hukum*. Surabaya:LaksBang Yustisia, 2010.
- Dwitami, Aisyah Dinda. “Akibat Hukum Peredaran Makanan Dan Minuman Olahan Ilegal Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen.” *Justitia Et Pax, Jurnal Hukum* 41, no. 1 (2025): 131–57. <https://doi.org/10.24002/jep.v41i1.8385>.
- Fajar, Mukti, dan Achmad Yulianto. *Dualisme Penelitian Hukum Empiris & Normatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Fischer, Frank, Gerald J, Miler, Mara S, dan Sidney. *Metode Kualitatif- Interpretif dan Penelitian Kualitatif dalam Kebijakan Publik*. Nusa Media, 2021.
- Haerunisa, Dita Nur, dan Ruli Purwanto. “Perlindungan Konsumen terhadap Produk Makanan Repacking Menurut Hukum Keamanan Pangan dan Obat.” *ISSN* . 2, no. 3 (t.t.): 56–68. <https://doi.org/10.62383/pk.v2i3.1004>.
- Haris, Ahmad, dan Levina Yustitianingtyas. “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E- commerce Pada Penjualan Barang Palsu.” *ACADEMOS: Jurnal Hukum & Tatahan Sosial* 3, no. 2 (2024).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. “Arti kata Awas-Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).” Diakses 19 Oktober 2025. <https://kbbi.web.id/awas>.
- Marchella, Shania, Naila Qanitah, Nur Mutiara Zahrani, dan Sri Handayani. “Aspek Legalitas Dan Viralitas Dalam Peredaran Kosmetik Tanpa Izin Bpom Di Indonesia.” *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2, no. 4 (2025): 181–92.
- Meisya, Tiara, dan Dadang Munandar. *Systematic Literatur Review: Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce Indonesia – Studi Kasus Penjualan Produk Ilegal dan Penipuan*. Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan, vol. 02, no. 01 (2025): 169–86. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org>.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram:Mataram University Press, 2020.

- Muthiah, Aulia. *Hukum Perlindungan Konsumen : Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Pustaka Baru Press, 2020.
- Nadifah, dan Ahmad Suryono. “Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Di E-Commerce Lazada.” *Indonesian Journal of Law and Justice* 2, no. 4 (2025): 16. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i4.4416>.
- Na’ila, Aisy Anfa’an. “Perlindungan Hukum Konsumen Produk Makanan Repacking Persepektif Hukum Positif Dan Hukum Islam.” *VISA: Journal of Vision and Ideas* 4, no. 3 (2024). <https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3674>.
- Ngurah Indradewi, Anak Gunung Sagung. *Hukum Perlindungan Konsumen: Hubungan Konsumen, Produsen Asas, Tujuan, Aspek Hukum Perdata, Administrasi, Pidana*. Udayana University Press, 2020.
- Nugragha, Nanang. *Perlindungan Konsumen Era Digital*. Alqaprint Jatinangor, 2023.
- Nugrahaningsih, Widi, dan Mira Erlinawati. *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital*. CV. Pustaka Bengawan, 2017.
- Pasal 1 Nomor 16 Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Barang Beredar Dan/Atau Jasa.
- Pasal 18 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan, Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, Provinsi Jawa Timur § Pasal 42 (2018). <https://peraturan.bpk.go.id/>.
- Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan, Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, Provinsi Jawa Timur § Pasal 47 (2018). <https://peraturan.bpk.go.id/>.
- Peraturan Gubernur Jawa Timur No. 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan, Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, Provinsi Jawa Timur § Pasal 48 (2018). <https://peraturan.bpk.go.id/>.
- Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 60 Tahun 2018 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit

Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, 60 Peraturan Gubernur Jawa Timur (2018).

Peraturan Menteri Perdagangan No. 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa, 69 Peraturan Menteri Perdagangan (2018).

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019, Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik § Pasal 20-27 (2019).  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/126143/pp-no-80-tahun-2019>.

Ponda, Henri, Tri Widodo, dan Nur Fadilah Fatma. “Pemanfaatan E-Commerce Dalam Rangka Perluasan Pangsa Pasar Snack MEONG.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 4, no. 6 (2025): 1035–41.  
<https://doi.org/10.52436/1.jpmi.3170>.

Prasetyo, Devandra. “Awat! BPOM RI Temukan 309 Ribu Link Menyesatkan di Lapak Online Sepanjang 2024.” *Detikhealth*, 18 Juni 2025.  
<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-7970186/awat-bpom-ri-temukan-309-ribu-link-menyestakan-di-lapak-online-sepanjang-2024>.

Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media, 2011, 2011.

Purnama Ramadani Silalahi, Aisy Salwa Daulay, Tanta Sudiro Siregar, dan Aldy Ridwan. “Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online.” *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 4 (2022): 224–35.  
<https://doi.org/10.58192/profit.v1i4.481>.

Putih Merah, Nesiaindo Aira, dan Sylvana Murni Deborah Hutabarat. “Perlindungan hukum bagi konsumen marketplace terhadap pencantuman berat bersih dalam produk makanan kemasan.” *Jurnal Cakrawala Hukum* 13, no. 1 (2022): 58–67.  
<https://doi.org/10.26905/idjch.v13i1.5333>.

Putri Nur Anisa dan Tatty Aryani Ramli. “Implementasi Peraturan Pengawasan Kosmetik Tanpa Izin Edar dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik sebagai Upaya Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Riset Ilmu Hukum* 1, no. 2 (2022): 111–16.  
<https://doi.org/10.29313/jrih.v1i2.528>.

Rahmaniah, Amelia, Najwa Navera, Noor Mina, Muhammad Arifin Ilham, Nakita Rio, dan Nor Syamsudin Ali. “Hak dan Kewajiban Konsumen.” *Interdisciplinary Explorations in Research Journal (IERJ)* 3, no. 3 (2025): 1118–25.

- Rosianna Evanesa Sihombing dan Made Gede Subha Karma Resen. “Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia (Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan).” *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora* 1, no. 6 (2024): 58–70. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i6.539>.
- Sari, Novita, Novea Elysa Wardhani, dan Vicka Prama Wulandari. “Pengawasan Terhadap Pemalsuan Kosmetik Menurut Pasal 8 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Oleh Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Di Kota Palangka Raya.” *Jurnal Tata Kelola Hukum* 9, no. 3 (2025).
- Sholehah, Nur Faizatus. “Analisis Yudiris Penegak Hukum Terhadap Pemalsuan Nomor Registrasi BPOM Pada Produk Skincare Dalam Perspektif UU Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa* 2, no. 6 (2024): 388–96. <https://doi.org/10.61722/jipm.v2i6.564>.
- Soewarno, dan Handyaningrat. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. PT. Gunung Agung, 1984.
- Supriati, Wan Junita, dan Yunelly Asra. *Digital Marketing dan e-Commerce*. Perkumpulan Rumah Cemerlang di Indonesia, 2022.
- Sururama, Rahmawati, dan Rizki Amalia. *Pengawasan Pemerintah*. Cendikia Press, 2020.
- Syahfitri, Triyana, dan Wetria Fauzi. “Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Umkm Dalam Transaksi Online Guna Peningkatan Perekonomian Di Indonesia.” *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 14, no. 1 (2025): 31–42. <https://doi.org/10.28946/rpt.v14i1.3922>.
- UPT Perlindungan Konsumen Malang. *Profil UPT Perlindungan Konsumen Malang*. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, 2025.
- Zahra, Masripa Siti, Leny Megawati, dan Anita Kamilah. “Peran Hukum Dagang dalam Mencegah Penipuan Produk di Platform E- Commerce: Studi Kasus Lazada Indonesia.” *Al-Musthalah: Jurnal Riset dan Penelitian Multidisiplin* 02, no. 1 (2025): 1–17.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Penelitian di UPT Perlindungan Konsumen Malang



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
**FAKULTAS SYARIAH**  
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341)559399  
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: [syariah@uin-malang.ac.id](mailto:syariah@uin-malang.ac.id)

Nomor : 1075 /F.Sy.1/TL.01/11/2025  
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Malang, 27 November 2025

Kepada Yth.  
Pimpinan UPT Perlindungan Konsumen Malang  
Jl. Aries Munandar No.24, Kiduldalem, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65119

*Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh*

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Fikry Fadlilah Nur Islam  
NIM : 220202110059  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :  
**Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen Dalam Melakukan Pengawasan Produk Repack Susu Bubuk Di E-Commerce Perspektif Perlindungan Konsumen (Studi UPT Perlindungan Konsumen Malang)**  
, pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh*

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik

Scan Untuk Verifikasi



Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
3. Kabag. Tata Usaha



## Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR  
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
**UPT PERLINDUNGAN KONSUMEN MALANG**  
Jalan Aris Munandar No.24, Klojen Malang, Jawa Timur 65119 Telepon (0341) 362956,  
Laman [pkmlg.indagatim@gmail.com](mailto:pkmlg.indagatim@gmail.com) Pos-el [disperindag@jatimprov.go.id](mailto:disperindag@jatimprov.go.id)

Malang, 6 Januari 2026

Nomor : 400.3 / 16 / 125.7.13 / 2026  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Ijin Penelitian

Kepada

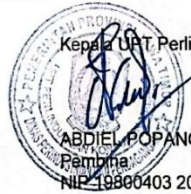
Yth. Dekan Fakultas Syariah  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
Di Jalan Gajayana 50 Malang 65144.

Menunjuk surat Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Nomor : 1075/ F.Sy.1 / TL.01 / 11 / 2025, Tanggal 27 November 2025, Hal. Permohonan Izin Penelitian, maka bersama ini disampaikan bahwa Mahasiswa :

Nama : Fikri Fadilah Nur Islam , NIM : 220202110059  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Kewenangan UPT Perlindungan Konsumen Dalam Melakukan Pengawasan Produk Repack Susu Bubuk di E-Commerce Perspektif Pelindungan Konsumen (Studi di UPT Perlindungan Konsumen Malang).

diberikan ijin penelitian di Kantor UPT Perlindungan Konsumen Malang Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, Jl. Aris Munandar No. 24 Malang.

Demikian untuk menjadi maklum.



Kepala UPT Perlindungan Konsumen Malang,

ABDIEL POPANG KABANGA, S.T., M.MA.  
Pembina  
NIP.19800403 200501 1 002

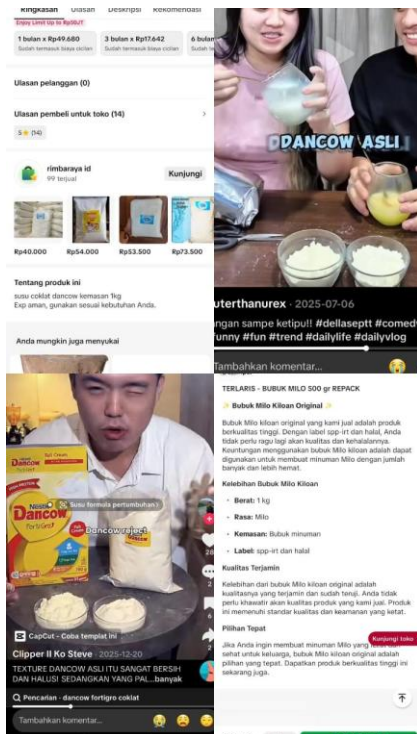
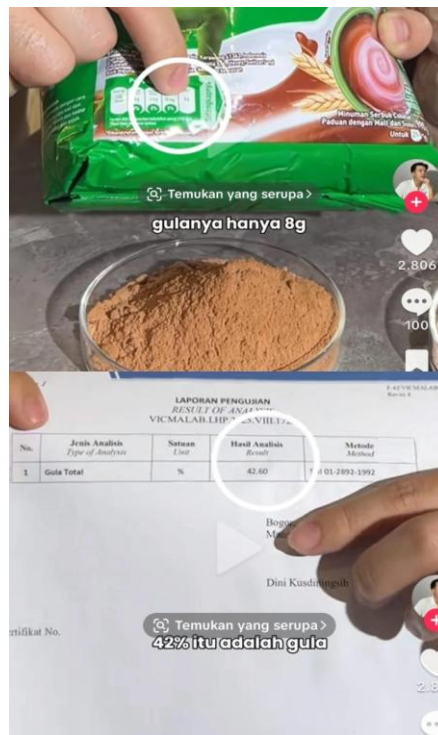
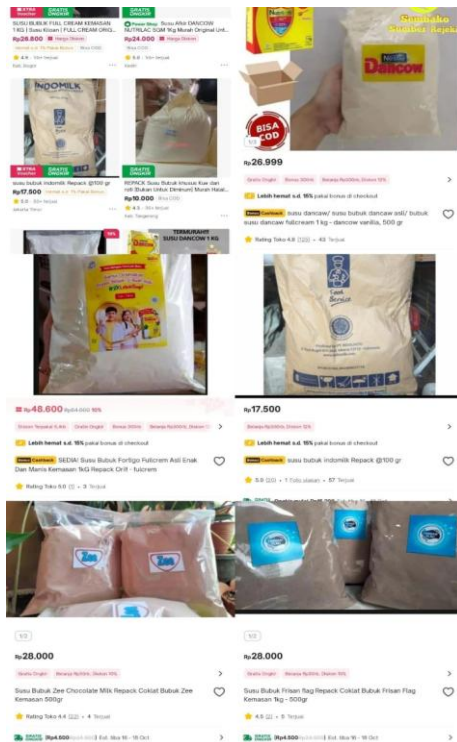
Tembusan:

1. Kepala Dinas Perindag Prov.Jatim

### Lampiran 3 Pedoman Wawancara

1. Bagaimana Wewenang pengawasan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam menghadapi peredaran *repack* susu bubuk di *e-commerce*?
2. Bagaimana bentuk pengawasan UPT Perlindungan Konsumen Malang dalam menghadapi peredaran *repack* susu bubuk di *e-commerce*?
3. Bagaimana tindakan yang dilakukan UPT Perlindungan Konsumen Malang apabila ditemukan barang yang tidak memenuhi kewajibannya sebagai pelaku usaha? Khususnya *repack* susu bubuk di *e-commerce*?
4. Peraturan mana saja yang mendasari UPT Perlindungan Konsumen dapat melakukan Pengawasan ini?
5. Apa saja dasar hukum yang digunakan terkait pelabelan, yang sesuai dengan *repack* susu bubuk di *e-commerce*?
6. Apa saja factor yang menyebabkan *repack* susu bubuk di *e-commerce* masih beredar?
7. Kendala apa saja yang dihadapi UPT Perlindungan Konsumen dalam melakukan pengawasan produk *repack* susu bubuk di *e-commerce*?
8. Upaya apa saja yang dilakukan UPT Perlindungan Konsumen untuk mengatasi kendala peredaran *repack* susu bubuk di *e-commerce*?

### Lampiran 4 Dokumentasi



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama	:	Fikry Fadlilah Nur Islam
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir	:	Mojokerto, 27 September 2003
Agama	:	Islam
Universitas	:	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Jurusan	:	Hukum Ekonomi Syariah
Alamat di Malang	:	PP. Al Azkiya' Jl. joyosuko Metro Gg 2 No. 48 RT. 09 RW. 12 Merjosari, kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, 65144
Alamat Rumah	:	Kauman Gg. X, No. 14 RT 001/RW 004, Kec. Mojosari, Kab. Mojokerto, Jawatimur, 61382
No. Handpone	:	081331774016
Riwayat Pendidikan	:	SDN Mojosari (2010-2016) SMPN 1 Mojo (2016-2019) SMA Queen Al-Falah(2019-2022)